

SANDRO ANGULO RINCÓN



Esta obra es un excelente documento académico, totalmente pertinente, que presenta de manera amplia y completa los modelos y fundamentos de la televisión y el periodismo comunitarios, valiéndose de los aportes de los mejores y más autorizados académicos nacionales e internacionales.

Aunque el autor expone con rigor estos temas, es consciente de que, antes, es necesario examinar, desde una perspectiva histórica y crítica, lo que han significado las teorías del desarrollo y los enfoques y campos de la comunicación para el cambio social en la evolución de los medios alternativos, comunitarios o del tercer sector.

Por eso el libro se constituye en un texto idóneo para docentes y estudiantes de las ciencias sociales, así como para investigadores y líderes comunales, que quieran poner la televisión y el periodismo al servicio de causas justas, como la conservación y preservación del medio ambiente, la equidad de género, el pacifismo y la participación democrática.

Una forma de hacerlo es a través de la propuesta que aparece al final, esto es, el modelo de televisión y periodismo comunitarios orientado hacia el desarrollo humano, que pretende potenciar las capacidades de las personas para la construcción de una sociedad equitativa y sostenible.



Televisión y periodismo comunitarios en la ruta del desarrollo humano:

MODELOS Y FUNDAMENTOS

Sandro Angulo Rincón.

Ph.D Sandro (o Lizandro) Angulo Rincón. Nació en Ocaña (Colombia) y es egresado del Colegio Nacional Francisco Fernández de Contreras de esa ciudad. Doctor en Comunicación por la Universidad del País Vasco (España). Allí presentó su tesis doctoral “Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano. Estudio de la televisión comunitaria de Colombia y nueva propuesta de programación y formación de periodistas”, con la cual obtuvo la distinción “Sobresaliente cum laude”. También ha realizado un máster en “Participación y desarrollo comunitario” y un Diploma de Estudios Avanzados en “Periodismo y comunicación en la era digital: tendencias e innovaciones en los medios de comunicación”, ambos posgrados en la Universidad del País Vasco. Está vinculado a la Universidad del Tolima como docente e investigador en las áreas de la Comunicación para el Desarrollo y la Investigación en Medios. También ha sido profesor de la Universidad de Pamplona y la Universidad Francisco de Paula Santander de Ocaña. Ha presentado ponencias a nivel nacional e internacional, ha publicado varios artículos científicos y se ha desempeñado como periodista en televisión, prensa y radio. Cursó las carreras de Comunicación Social-Periodismo y Comunicación Social-Organizacional en la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

langulo@ut.edu.co y 72.sandro@gmail.com



Universidad del Tolima

Televisión y periodismo comunitarios
en la ruta del desarrollo humano:
modelos y fundamentos

LIZANDRO ANGULO RINCÓN

A mis padres: Mary y Noel

Agradecimientos

Un agradecimiento especial a la Universidad del Tolima (Colombia), institución que me dio la oportunidad de presentar este proyecto cuando me desempeñaba como docente del programa de comunicación social, perteneciente a la joven facultad de Ciencias Humanas y Artes.

Al Doctor Iñaki Zabaleta Urquiola, catedrático de la Universidad del País Vasco por sus invaluables sugerencias para que el contenido de esta obra cumpliera con los parámetros de científicidad y pertinencia que exigen los actuales estudios del periodismo y la comunicación social. A los profesionales del Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional (Hegoa) por facilitarme el acceso a todo el material sobre el concepto del desarrollo y revisarme los avances en el conocimiento de este fascinante tema. Al comunicador Ricardo Jaime, quien aportó su sentido estético para el diseño de las gráficas que aquí aparecen.

Mi gratitud a los usuarios y al personal directivo, periodístico y administrativo de la Asociación de Usuarios Comunitarios de la Antena Parabólica, Asucap San Jorge, de Ocaña (Norte de Santander); a la Asociación de Copropietarios de la Antena Parabólica de San Gil, Asoparsa, de San Gil (Santander); a la Asociación de Usuarios Copropietarios de Televisión Comunitaria, Arenales tv, de Girón (Santander); y a Radio Televisión de Pamplona, RTP Pamplona (Norte de Santander), por suministrarme la información esencial para el análisis de la televisión comunitaria de Colombia en las áreas de producción, programación y audiencia, trabajo que inspiró mi tesis doctoral y la propuesta central de este libro.

Contenido

Agradecimientos	7
Prólogo	13
Introducción	15
PRIMERA PARTE: Teorías y enfoques del desarrollo	21
1 Evolución de las teorías del desarrollo	23
1.1 Modernización, desarrollo y contexto histórico	24
1.1.1 La estrategia del desarrollo: lo que pudo haber sido y no fue	33
1.1.2 Las claves del discurso del desarrollo.....	35
1.2 Dependencia, desarrollo y contexto histórico	39
1.3 Multiplicidad/otro desarrollo, desarrollo sostenible y contexto histórico.....	50
1.4 Neoliberalismo, globalización y contexto histórico	56
1.5 El desarrollo humano	65
2 El desarrollo humano	67
2.1 Origen del concepto del “desarrollo”.....	68
2.2 Evolución del concepto del “desarrollo” en el periodo 1950-1990	68
2.2.1 La propuesta del desarrollo humano.....	71
2.2.2 La democracia, sustento del desarrollo humano	76
2.2.3 Ética, cultura y desarrollo	78
2.2.4 La propuesta del desarrollo local	82
SEGUNDA PARTE: Enfoques y crítica a la comunicación para el desarrollo	89
3 Enfoques teóricos de la comunicación para el desarrollo	91
3.1 El enfoque difusionista.....	93
3.2 El enfoque participativo	97
3.2.1 Nuevo Orden Informativo Mundial (NOMIC).....	105
3.2.2 Influencia de los 80 en la comunicación para el desarrollo	106
3.2.3 La participación en el entorno del nuevo comunicador	108
3.2.4 Evaluación de la comunicación para el desarrollo.....	111

3.3	Áreas de desempeño de la comunicación para el desarrollo.....	114
3.3.1	Comunicación y medio ambiente.....	115
3.3.2	Comunicación para la salud.....	118
3.3.3	Comunicación y género.....	119
3.3.4	Comunicación y ciudadanía.....	120
3.3.5	Comunicación para el desarrollo rural sostenible.....	121
3.3.6	Comunicación para el desarrollo urbano.....	121
3.3.7	Comunicación y resolución de conflictos.....	123
4	Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para el desarrollo.....	125
4.1	La brecha digital.....	126
4.2	Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el contexto global.....	127
4.3	Innovación tecnológica y tecnologías de la Información y la Comunicación para el desarrollo.....	129
4.4	Aplicaciones de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.....	136
4.4.1	Las TIC para la salud.....	136
4.4.2	Las TIC en la educación.....	137
4.4.3	Las TIC como soporte de las actividades económicas.....	137
4.4.4	Las TIC como herramientas para la participación ciudadana.....	138
4.4.5	Las TIC en el fortalecimiento de la administración pública o e-gobierno.....	138
4.4.6	Las TIC y la cultura.....	139
4.4.7	Las TIC y las ciencias.....	139
	TERCERA PARTE: Nuevo modelo para la televisión y periodismo comunitarios.....	141
5	La televisión comunitaria.....	143
5.1	Lo estatal y lo comercial como gestores de la televisión comunitaria.....	144
5.2	La radio abre las puertas a la televisión comunitaria.....	152
5.3	El factor económico en el surgimiento de las televisiones y videos comunitarios.....	154
5.4	Fundamentos y naturaleza de la televisión comunitaria.....	156
5.5	Dificultades de la televisión comunitaria.....	159
6	Modelos de televisión comunitaria.....	163
6.1	El modelo norteamericano de televisión comunitaria.....	163
6.1.1	El modelo canadiense.....	164
6.1.2	El modelo estadounidense.....	165
6.2	El modelo latinoamericano de televisión comunitaria.....	168
6.2.1	El modelo colombiano.....	170
6.2.2	La televisión comunitaria de Colombia.....	187
6.2.3	El modelo brasileño.....	223

6.2.4	El modelo venezolano	228
6.2.5	El modelo argentino.....	231
6.2.6	Medios comunitarios en otros países de Latinoamérica	233
6.3	El modelo europeo de televisión comunitaria.....	235
6.3.1	El modelo holandés.....	236
6.3.2	El modelo belga.....	237
6.3.3	El modelo alemán.....	238
6.3.4	El modelo sueco	239
6.3.5	El modelo danés.....	240
6.3.6	El modelo francés.....	240
6.3.7	Los medios comunitarios en otros países europeos.....	242
6.4	El modelo de Oceanía de televisión comunitaria.....	243
6.4.1	El modelo australiano.....	243
6.5	Los medios de comunicación comunitarios en África y Asia	244
7	La televisión comunitaria y otras televisiones	247
7.1	Binomio televisión comunitaria/televisión de calidad.....	247
7.2	Binomio televisión comunitaria/televisión digital e internet	255
7.3	Binomio televisión comunitaria/televisión cultural y educativa	261
7.3.1	Televisión comunitaria/televisión cultural	261
7.3.2	Televisión comunitaria/televisión educativa	266
7.4	Televisión comunitaria/televisión alternativa.....	271
8	Periodismo comunitario y otros enfoques periodísticos	277
8.1	Periodismo comunitario/periodismo cívico	279
8.2	Periodismo comunitario/periodismo ciudadano	284
8.3	Periodismo comunitario/periodismo digital	288
8.4	Periodismo comunitario/periodismo cultural y educativo.....	294
8.4.1	Periodismo comunitario/periodismo cultural	294
8.4.2	Periodismo comunitario/periodismo educativo	300
8.5	Periodismo comunitario/periodismo de calidad	305
8.6	Periodismo comunitario/periodismo alternativo	309
9	Propuestas para la televisión y periodismo comunitarios	313
9.1	Propuesta de “Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano”	314
9.1.1	El componente de la participación	315
9.1.2	El componente de la programación.....	318
9.1.3	El componente de las alianzas estratégicas.....	320
9.1.4	El componente del desarrollo humano	324
9.1.5	El componente de la proyección	328
9.2	Propuesta de “Fundamentos del periodismo comunitario”	330
10	Bibliografía	335

Índice de ilustraciones

Ilustración 1.	Mapa de navegación para la lectura de la obra	18
Ilustración 2:	Tecnología y el desarrollo humano	130
Ilustración 3.	Estructura de servicios de televisión en Colombia	179
Ilustración 4.	Estructura de la televisión abierta en Colombia.....	180
Ilustración 5.	Estructura de la televisión cerrada en Colombia	185
Ilustración 6.	Tipo de televidente (estrato-región) – Franja de la mañana (lunes a viernes). Porcentaje de horas	206
Ilustración 8.	Tipo de televidente (estrato-región) – Franja de la tarde (lunes a viernes). Porcentaje de hogares (televisión comunitaria de Colombia)	207
Ilustración 7.	Tipo televidente (estrato-región) – Franja medio día (lunes a viernes). Porcentaje de hogares (televisión comunitaria de Colombia)	207
Ilustración 9.	Tipo de televidente (estrato – región) – Franja de la noche (lunes a viernes). Porcentaje de hogares (televisión comunitaria de Colombia)	208
Ilustración 10.	Cobertura de la tv comunitaria en Colombia.....	209
Ilustración 11.	Calidad de la señal de la tv comunitaria de Colombia	210
Ilustración 12.	Calidad de la programación de la tv comunitaria de Colombia	210
Ilustración 13.	Cobertura de la tv comunitaria en algunas ciudades capitales.	211
Ilustración 14.	Porcentaje de hogares (urbano, rural) que reciben la señal de tv	212
Ilustración 15.	Penetración de la tv comunitaria por municipios	213
Ilustración 16.	Penetración de la tv por suscripción y de la tv comunitaria....	214
Ilustración 17.	Número de canales (codificados e incidentales) que ofrecen a los asociados.....	215
Ilustración 18.	Número de canales codificados que ofrecen a los asociados	216
Ilustración 19.	Tiempo como tv comunitaria reconocida por la CNTV	217
Ilustración 20.	¿Tienen producción propia de televisión?	217
Ilustración 21.	Horas de producción propia semanal	218
Ilustración 22.	¿Mantienen una programación estable?	219
Ilustración 23.	Dificultades para la producción propia de contenidos.....	219
Ilustración 24.	Con qué equipos cuentan.....	220
Ilustración 25.	¿Cuántas personas trabajan de manera directa y estable en la producción de la tv comunitaria?.....	220
Ilustración 26.	Formación del personal	221
Ilustración 27.	Remuneración del personal	222
Ilustración 28.	Tipo de relación con la CNTV	223
Ilustración 29.	Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano	314

Prólogo

Este libro es una importante aportación académica y científica a los estudios sobre la comunicación para el desarrollo de las personas y los pueblos. Su vigor intelectual reside en que realiza una síntesis y crítica lúcidas de los enfoques teóricos que existen a nivel internacional, investiga la realidad de la televisión comunitaria (colombiana) y, además, hace propuestas argumentadas para un nuevo modelo de televisión y periodismo comunitarios, aplicable en distintos países y sociedades, y en especial en aquellos que, como en Latinoamérica, todavía están inmersos en intensos procesos de desarrollo social, político y económico.

Profesores, estudiantes, profesionales de la comunicación, expertos en políticas comunicativas y activistas sociales pueden encontrar conocimiento estructurado, información relevante y nuevas ideas para los medios de comunicación comunitarios, en especial para la televisión. Además, el estilo de redacción del texto resulta suficientemente claro y agradable, a pesar de ser un libro académico de notable rigor.

Lo que se ha dicho en las líneas anteriores se puede entender mejor si recordamos que su autor ha invertido cerca de seis años de intenso trabajo en su elaboración. Los cuatro primeros los dedicó a hacer el doctorado y su correspondiente tesis doctoral, base del libro, en la Universidad del País Vasco (Bilbao, España), al tiempo que llevaba a cabo el trabajo de campo en las televisiones comunitarias colombianas. Durante los dos últimos reflexionó, amplió, corrigió y editó los diversos capítulos del libro, con el objeto de que el resultado final fuera excelente.

El autor fue nombrado en 2008 doctor *cum laude* en periodismo y comunicación por un ilustre tribunal constituido por eminentes catedráticos de la comunicación, el periodismo y las relaciones interna-

cionales, pertenecientes a las más prestigiosas universidades españolas. Con este trabajo, que se desarrolla a partir de su tesis doctoral, ha demostrado su alto nivel académico y, por extensión, la creciente calidad de los jóvenes investigadores y profesores colombianos y de otros países latinoamericanos quienes serán aún más reconocidos a nivel internacional. Ciertamente, el futuro está en Latinoamérica, donde la energía de sus gentes se palpa indirectamente a través de las páginas de este libro.

Iñaki Zabaleta Urkiola

inaki.zabaleta@ehu.es

Catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea

Bilbao (País Vasco, España).

Introducción

Quienes hemos trabajado en televisión, nos hemos dado cuenta de que este medio de comunicación puede hacer más por el bienestar de la gente que limitarse sólo a describir el día a día, atiborrando a la audiencia de noticias negativas, “curiosas” y de todo tipo de temáticas inconexas, producidas con imágenes espectaculares y textos sensacionalistas.

Esta percepción del medio de comunicación es mucho más aguda en nuestros países, en el “Sur”, donde la realidad parece cambiar muy poco y, a veces, da la sensación de que el tiempo inexorablemente se repite. Los mismos problemas de cada año, en la misma temporada, en los mismos sitios y, en la mayoría de los casos, por las mismas causas: las inundaciones en el invierno con el mismo tipo de víctimas de siempre (los pobres y marginados), los enfrentamientos en el campo entre los ejércitos privados y el del Estado con el mismo saldo trágico (la muerte de civiles, la represión y el desplazamiento y refugio forzado de poblaciones), y las corruptelas políticas que quedan en la impunidad y estancan la inversión social.

La televisión sigue esa misma trama a diario, para “informar” parcial y rápidamente sobre los acontecimientos que afectan a las comunidades, pero no se percata de que en los tiempo actuales, marcados por la desigualdad social, el capitalismo cruel y las amenazas contra el medio ambiente, informar supone ir más allá de los hechos para indagarlos en profundidad y, en la medida de sus posibilidades y funciones, colaborar en la solución de los problemas. La televisión de hoy parece más interesada en adormecer, en sumir en un largo letargo de indiferencia a los ciudadanos, mientras que los marginados, las minorías, los que no pueden participar en la vida política y económica de las naciones, ven cómo el mundo se les derrumba en cámara lenta.

Si el medio tuviera una visión más amplia de los fenómenos sociales descubriría que, a pesar de las dificultades, existen comunidades con capacidad para reponerse de la adversidad y luchar por el respeto de sus derechos en el marco de una democracia participativa. Lamentablemente las gentes que hacen parte de estos colectivos no se reconocen en las pantallas, pues los periodistas están más interesados en destacar los problemas comunitarios que las hazañas de sus miembros, su receptividad a nuevos aprendizajes y su entereza para planificar acciones que buscan el bien común.

No es posible determinar hasta qué punto la repetición de las imágenes miserabilistas de quienes pocas oportunidades económicas y políticas han tenido en la vida perpetúan su condición. Quizás el afán de los periodistas de la TV por conseguir el hecho que causa estupor, por ir al fondo del dolor humano (las masacres, los accidentes mortales, las guerras), puede estar convirtiendo el sufrimiento de una persona en una enfermedad que se contagia por vía audiovisual.

En este contexto resulta pertinente preguntarnos sobre el papel que juegan los medios de comunicación, en especial la televisión, en el conjunto de la sociedad moderna. A nuestro juicio, la TV comunitaria, de la que tanto se habla hoy y se confunde o emparenta con los medios alternativos, populares y cívicos, puede concienciar a las comunidades sobre su potencial para propiciar el cambio social, mediante la apertura de canales realmente participativos y la colaboración decidida en proyectos de desarrollo humano, endógeno y sostenible.

Algunas experiencias en este sentido, que han sido recopiladas por comunicadores sociales, periodistas y comunicólogos de diferentes latitudes, alimentan la esperanza de que no siempre es necesario que las comunidades posean grandes recursos económicos o que estén a merced de los políticos (sin menoscabo de su evidente valor) para emprender acciones de beneficio común, sino que es aun más importante el trabajo en equipo, la perseverancia, el aprendizaje permanente y las acciones realizadas en el marco de la ética.

Este libro es producto de esas reflexiones que aparecen impresas originalmente en la tesis doctoral “Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano. Estudio de la televisión comunitaria de Colombia y nueva propuesta de programación y formación de periodistas”,

que tuvimos la oportunidad de defender con éxito en la Universidad del País Vasco (España) en el año 2008. En ella se argumentan ampliamente estas ideas, si bien de modo científico, mediante el análisis de la televisión comunitaria en los niveles de producción, programación y audiencia, utilizando métodos cuantitativos y cualitativos. Nuestra meta no era otra que la de intentar la construcción de un modelo que sistematizara los aportes teóricos de otros autores sobre el tema, las experiencias de televisión comunitaria en diferentes partes del mundo y los resultados de nuestro propio análisis para que este medio pueda funcionar de acuerdo con estos tiempos caracterizados por la globalización, la influencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el surgimiento de renovados movimientos sociales.

El lector encontrará tres partes en esta obra, estructuradas en forma deductiva. En la primera, se expone a nivel macro las teorías y enfoques del desarrollo con las que, sin ser demasiado exhaustivo, se trata de establecer conexiones históricas, políticas y económicas entre estas teorías y los enfoques de la comunicación para el desarrollo. Para lograr este cometido se proponen dos capítulos, uno referido a *la evolución de las teorías del desarrollo* y otro al paradigma del *desarrollo humano*. Cabe anotar que este último es el que toma el autor como eje transversal al estudio y propuestas para la televisión y periodismo comunitarios.

En la segunda parte, se reflexiona sobre la trascendencia que ha tenido la *comunicación para el desarrollo* en los últimos 30 años, abordándola a través de los enfoques difusionista y participativo, así como desde el enfoque educativo propuesto por la UNESCO. Asimismo, se presenta un capítulo sobre las *Tecnologías de la Información y la Comunicación para el desarrollo*, en el que se argumentan aspectos como la brecha digital, las influencias de las tecnologías en el contexto global y sus aplicaciones en distintos contextos.

En la tercera parte se reflejan los resultados y conclusiones de la investigación de la televisión comunitaria en las áreas de producción, programación y audiencia. Hemos ubicado este medio en el ámbito de la comunicación para el desarrollo porque dada su naturaleza participativa y su enfoque educativo, cultural y comunitario, debe emplear toda su producción de contenidos para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y –a nuestro juicio– para el cumplimiento de indicadores de

desarrollo humano. De este modo, el lector hallará cinco capítulos que permiten transitar por los fundamentos de *la televisión comunitaria, los modelos de televisión comunitaria, la televisión comunitaria y otras televisiones, el periodismo comunitario y otros enfoques periodísticos y las propuestas para la televisión y periodismo comunitarios.*

La síntesis del mapa de navegación que proponemos para este libro se expresa en la siguiente ilustración.

Ilustración 1. Mapa de navegación para la lectura de la obra



Fuente: elaboración propia

Las reflexiones y propuestas aquí presentadas son la expresión de nuestra propia concepción de lo que puede hacer la televisión comunitaria en esta época de rápidos y profundos cambios políticos, económicos y culturales. De acuerdo con nuestro análisis, este tipo de medios debe incorporarse a una estrategia integral de desarrollo de las naciones puesto que a través de su programación, de su carácter participativo y democrático, puede contribuir al bienestar de las personas siempre que se articule armónicamente con diversas instituciones y se adapte a los nuevos adelantos tecnológicos. El hecho de que la televisión comunitaria persiga como objetivo el desarrollo humano bajo un enfoque educativo y cultural no sólo le permite asumir un enfoque crítico frente a la realidad sino también un enfoque propositivo, muy vinculado con las necesidades y expectativas de las comunidades.

Finalmente, nuestro propósito es que esta obra despierte inquietudes, preguntas y ofrezca respuestas para aquellas personas que desde la academia o el quehacer periodístico diario pretenden que los medios de comunicación, en especial los comunitarios, sean actores fundamentales para construir desarrollo con rostro humano.

PRIMERA PARTE:
Teorías y enfoques del
desarrollo

1 Evolución de las teorías del desarrollo

Las teorías del desarrollo han evolucionado de acuerdo con las condiciones socioeconómicas, políticas y culturales de los Estados y de la población mundial. Por eso mismo resulta difícil ubicarlas en compartimentos estancos y, más aún, definir cuáles han sido las más importantes. Nosotros, en aras de aproximarnos a los principios de las principales teorías y enfoques, hemos tomado la clasificación que de ellas hace Thiel (1999). Para este autor, dos teorías son centrales para conocer y comprender las ideas del desarrollo. Estas son las teorías de la *modernización* y la *dependencia*, de las cuales se derivan diversos paradigmas como el *neoliberalismo* vertiente de la modernización, y la teoría del *otro desarrollo* de la que se desprenden algunos aportes para los enfoques del *desarrollo sostenible* y del *desarrollo humano*.

Las teorías del desarrollo centrales o que pueden reseñarse como referencias de las diversas posturas son: *la teoría de la modernización*, la cual se equipara a crecimiento económico y éste se logra con una gran afluencia de capital especialmente en los países desarrollados. Se presume que bajo su modelo se incentiva la inversión privada, y en la medida en que se motive el individualismo y el trabajo para la acumulación de capital, los beneficios se distribuirán automáticamente para todos.

Para *la teoría de la dependencia* el capital es el factor que precisamente produce el subdesarrollo. Parte de la tesis de que existe una desigualdad estructural entre la metrópolis y la periferia, ya que esta última depende económica y políticamente del centro o de una metrópolis que, en este caso, son las naciones industrializadas. La solución a esta relación desigual estriba en que los que hacen parte de la periferia se independicen, se “desacoplen” para alcanzar su propio desarrollo.

El neoliberalismo pretende lograr el desarrollo mediante la liberación de los mercados, especialmente los financieros. El estado interviene poco en la economía. Su papel se limita a crear las condiciones favorables para el mercado, que como lo señala Thiel (1999: 15) “encontró su expresión para los países desarrollados en los “reaganomics” y el “thatcherismo” y para la política de desarrollo en el Consenso de Washington de las instituciones de “Breton Woods”. El modelo se creó entre los años 80 y 90 y es una variante de la teoría de la modernización.

El concepto de desarrollo sostenible no busca explicar las causas del desarrollo o del subdesarrollo. Su interés consiste en establecer unos objetivos diferentes expuestos por la teoría económica tradicional. El carácter sostenible, referido a que los procesos se puedan mantener en el tiempo sin que se deterioren o colapsen, plantea como objetivo la limitación en vez de la expansión. Lo que le interesa es conocer alternativas que satisfagan las necesidades del presente sin agotar los recursos para las futuras generaciones.

El concepto de desarrollo humano critica la medición tradicional que se hace del desarrollo, esto es, a través del Producto Interno Bruto (PIB). Esta medición resulta inexacta a la luz de las nuevas ideas del progreso humano por cuanto no mide la desigualdad, no examina a fondo el bienestar de la gente, ni tiene en cuenta otros indicadores que no sean los estrictamente económicos. Los otros indicadores no económicos son la esperanza de vida y las tasas de alfabetización, mortalidad infantil y nutrición, entre otros.

A continuación se dan a conocer las influencias de estas teorías y enfoques en los conceptos del desarrollo.

1.1 Modernización, desarrollo y contexto histórico

El filósofo escocés Adam Smith, autor de *La Riqueza de las naciones*, libro escrito entre 1766 y 1775, es uno de los referentes más importantes para la creación de la teoría de la modernidad. Con la edición de este texto se sepultaron dos doctrinas de organización económica: el feudalismo, apoyado por los fisiócratas; y el colonialismo, por los mercantilistas. Smith señala que la riqueza de las naciones no se origina con la explotación de los campesinos en el campo, como lo imponía el

sistema monárquico feudal, ni con la apropiación de los metales preciosos de otras tierras, como lo aseguraba el mercantilismo, sino con la organización social y productiva del ser humano. La estocada final del feudalismo es promovida por la Revolución Francesa en 1789 y, a su turno, la del colonialismo, es propiciada por la batalla de la independencia y surgimiento de los Estados Unidos como nación en 1776.

Para Smith la riqueza de una nación no es más que la suma de lo producido por todos y cada uno de sus habitantes, siempre que haya una interacción armónica de tres factores: un eficiente uso de sus recursos naturales y humanos, un amplio intercambio de sus productos y una equitativa distribución del ingreso.

Adaptando estas tesis al lenguaje económico de la modernidad, el filósofo escocés afirma que el desarrollo económico en cualquier país debe tener una tasa de crecimiento del producto superior al incremento de la población; un adecuado índice de rentabilidad y estabilidad financiera; y un reparto eficiente y equitativo del ingreso entre los diversos sectores de la población (Vergara, 2005: 118).

Estas tesis sirven de sustento a algunos postulados de la teoría económica moderna, en el sentido de que conciben el desarrollo como crecimiento económico, esto es, la renta o el valor de bienes y servicios producidos por una economía. Implica aumento de los ingresos, del ahorro, del consumo de energía y de la inversión. El crecimiento económico se mide por el Producto Interno Bruto, es decir, lo que produce un país cada año, aunque también se contabiliza por trimestre o semestre. Se considera que si el PIB aumenta por encima de la población, mejora la calidad de vida de los habitantes de un territorio.

De Smith es bien conocida la expresión “la mano invisible”, con la que quiere significar que a pesar de la inclinación natural del ser humano por proteger sus intereses individuales, especialmente en el ámbito económico, existe esa mano invisible que coordina los mercados para que armonicen en procura de la justicia social. En otras palabras, las mismas leyes de la oferta y la demanda son capaces de garantizar que la riqueza, en principio acumulada por unas personas ubicadas en la cima de la pirámide social, se deslice hacia las bases mediante empleos, ingresos y bienestar de todo tipo. No obstante, todo ello tiene que estar soportado en una legislación que frene las ambiciones desmedidas

y promueva el beneficio común. Para este pensador escocés, el Estado tiene un papel limitado en la regulación de la economía, pues con ello se permite el intercambio sin restricciones de productos con lo que se asegura una saludable dinámica comercial. El rol del Estado estriba, entonces, en asegurar la defensa interior y exterior, en administrar justicia y proveer bienes públicos.

Pero, ¿cómo se concibe el desarrollo en la teoría de la modernidad¹? Y ¿qué relevancia tiene esta teoría y el antecedente de la “mano invisible” para las naciones del “Sur”? Estas preguntas se responden enseguida, al abordar el contexto histórico del desarrollo.

Según Gilbert Rist (2002: 83 y 84) la noción de “desarrollo²” se inventó después de la Segunda Guerra Mundial, en un escenario aún convulsionado por el desenlace de la confrontación bélica. Por un lado se encontraba Estados Unidos, cuyos dirigentes estaban preocupados por reconstruir la Europa en ruinas a través del Plan Marshall –iniciado el 5 de junio de 1947–, para ayudar a la economía europea y proporcionar salida al potencial de producción americano necesitado de reconversión tras el final del conflicto. Por otro lado estaba la Unión Soviética, antes aliada de EE.UU. para derrotar al Nazismo, interesada en extender las pretensiones estalinistas en el viejo continente.

Aunque inicialmente la mirada estratégica de las dos nuevas superpotencias se dirigía hacia Europa, la rigidez de los discursos –uno capitalista y otro socialista– forzó un desplazamiento de la mirada hacia el “Sur”, con el propósito de tener nuevos aliados que hicieran las veces de fichas dependientes en el ajedrez geopolítico de la Guerra Fría.

El nuevo escenario político se convirtió en campo abonado para que el presidente de Estados Unidos, Harry S. Truman, instrumentalizara la noción del “desarrollo” en su conocida campaña de “ayuda para el desarrollo”. El primer referente de sus intenciones lo había dado en

-
- 1 Hisson (1996: 15-26) presenta una explicación más amplia del proyecto de la modernidad, en la que destaca seis de sus valores. Estos son: *el ser humano como centro del universo* y los *valores de la razón, la homogeneidad, universalismo, progreso y orden*. Todos ellos están implícitos en este capítulo.
 - 2 Antes de los años 30 el término “desarrollo” se empleaba en sentido naturalista, es decir, como la aparición de un fenómeno con el paso del tiempo (Arndt, 1978 y 1981, citado por Esobar, 1996: 147). El acta británica de desarrollo colonial de 1929 es la precursora del uso actual de la palabra. En el contexto colonial el desarrollo económico no era un proceso histórico inevitable sino una actividad que debía ser impulsada por el gobierno (Escobar, 1996: 147).

el “Discurso sobre el estado de la Unión”, pronunciado el 20 de enero de 1949. En esa oportunidad declaró que los beneficios del progreso científico e industrial, debían ponerse a disposición de las regiones “subdesarrolladas”. “Lo que imaginamos, dijo, es un programa de desarrollo basado en los conceptos de trato justo y democrático” (Black, 2003: 22). Detrás de estas palabras se escondía toda una estrategia política y económica dirigida, por un lado, a conquistar el “Sur”, motivada por el éxito logrado en Europa con el ya mencionado Plan Marshall y, por otro, a crear las condiciones para reproducir los modelos occidentales, representados en la tecnificación de la agricultura, la urbanización, aumento de la producción material, industrialización, y adopción de la educación y los valores culturales modernos. Con la mayoría de los países en crisis, el Plan Marshall para la recuperación de Europa había dado los frutos esperados: algunos de ellos, como Francia, Inglaterra, Alemania Federal e Italia, se habían aliado a los Estados Unidos y evolucionaban a economías fuertes y bastiones democráticos sólidos, lo que aseguraba un mercado amplio de futuros consumidores a medida que avanzaba la ciencia y la tecnología y prosperaba el capitalismo.

Lo mismo pretendió hacer el presidente estadounidense en otros continentes, salvo que en éstos había un ingrediente especial: había que crear una nueva forma de dependencia en sus pueblos -aun después de que hubiesen logrado la independencia de gobiernos coloniales- y evitar que fueran influidos por el comunismo que amenazaba con conquistar y extenderse en vastas zonas del planeta. El concepto de desarrollo no nació, pues, en los países subdesarrollados³ sino en los industrializados, y se basó en inyecciones económicas con la condición de que los del “Sur” copiaran el modelo económico, político y cultural de EE.UU. Si así lo hacían garantizarían un nivel de desarrollo aceptable, muy parecido al logrado por Europa.

El objetivo comprendía la disminución de la brecha existente entre la sociedad moderna y la tradicional, para lo cual era necesario que la sociedad tradicional eliminara los obstáculos que se presentaran durante

3 En el texto se utilizará indistintamente la relación desarrollados-subdesarrollados; Primer Mundo-Tercer Mundo; “Norte-Sur”. Se aclara, no obstante, que el espíritu de los conceptos aquí abordados se inclinan por manejar la expresión “Norte y Sur”, pues reduce la carga peyorativa de los términos “desarrollados”, “subdesarrollados” o “adelantados” y “atrasados”.

esta transición, y que el mundo en desarrollo adoptara métodos y técnicas avanzadas de los países industrializados, de manera que pudieran transitar paralelamente hacia la consecución de altos niveles de bienestar.

Después de más de 50 años de haberse implementado esta estrategia, el tan esperado desarrollo nunca llegó sino que, por el contrario, aumentaron las desigualdades y la brecha que separa a ricos y pobres. En ese lapso también se ha creado una relación paternalista entre los países del “Norte” y los del “Sur”, es decir, los primeros que se conciben como los productores de riqueza, con los recursos y el conocimiento disponible para ello y los segundos atrasados e incapaces de avanzar por su propia cuenta.

En lo político, implicó que la capacidad de salir adelante fuera impulsada desde fuera, sin el concurso de la gente del mismo Estado Nación que es la que padece las dificultades de la vida, sabe y comprende su situación y, por consiguiente, está facultada para definir estrategias para mejorar, de acuerdo con sus intereses y necesidades. Así las cosas, lo que hizo el Plan Truman fue incentivar la adaptación de su modelo económico, político y cultural en otras latitudes teniendo como respaldo el éxito alcanzado por los Estados Unidos en Europa, pero no observó que la realidad en este continente era distinta a la del resto del mundo. ¿En qué sentido? En la Europa de la posguerra había una gran cantidad de técnicos y personas cultas que podían desarrollar sus potencialidades para superar la marginación dejada por el conflicto, mientras que en Asia, África y parte de América existían altos índices de analfabetismo y poco acceso a la educación en grados superiores. En Europa había existido un clima democrático tanto electoral como ciudadano (participación de los ciudadanos en la toma de decisiones del Estado) y social (se era consciente de la necesidad de que la mayoría tuviera posibilidades de empleo digno, justicia), en tanto que en África apenas se salía de regímenes coloniales y en América persistían los gobiernos dictatoriales o de facto. Pero para Bethell (1991: 58) y Kolko (1988: 42), citados por Arturo Escobar (1996) había que añadir otra causa: entre 1945 y 1950 la inversión de Estados Unidos en Europa y en América fue completamente desigual. Mientras que el Plan Marshall estuvo acompañado de 19 mil millones de dólares en ayuda exterior para Europa Occidental,

exentos de la ley de lucro⁴, en 1953 se gastaron sólo 150 millones de dólares para el Tercer Mundo a través del programa Point IV⁵.

Otra falencia del Plan Truman consistió en que el desarrollo⁶ se vio desde la óptica estrictamente económica, sin tener en cuenta las consideraciones culturales. La idea central consistía en una evolución positiva, que concebía el desarrollo: primero, como direccional y acumulativo; segundo, como predeterminado e irreversible; tercero, progresivo y, cuarto, inmanente con referencia al Estado Nación (Servaes, 2000: 9).

En el ámbito de la estabilidad política mundial, el desarrollo de las naciones ‘atrasadas’ supuso una apuesta a dos ejes hegemónicos: el eje del primer mundo representado por Occidente y el del segundo mundo, por Oriente. Ambos compartían el mismo afán: apropiarse ideológicamente de las regiones emergentes tanto de África (los 17 países africanos independizados hasta el año 1960) como de América y Asia. Esta apuesta se agudizó en los años 50 y se extendió hasta 1989 con la caída del bloque soviético, periodo en el que el Tercer Mundo⁷ se debatió entre pertenecer a uno u otro bando y, en el peor de los casos, afrontar conflictos internos por controlar una población dividida a favor y en contra de uno de los dos polos.

Una vez terminada la Segunda Guerra Mundial, hay más conciencia de la necesidad de crear nuevas instituciones supranacionales que trabajen para evitar una conflagración mundial y disminuir el número de marginados en el mundo. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) fue una de ellas. Fundada en 1945, tuvo como propósito inicial prevenir una tercera guerra mundial entre Estados Unidos, sus aliados de occidente y la

4 El total desprendimiento de usa no era gratuito, puesto que necesitaba compradores para activar su gran producción industrial.

5 La política para el Tercer Mundo era distinta. Tenía que privilegiar el capital privado, doméstico y foráneo para generar riqueza mediante la creación de un clima de confianza para el desarrollo del capitalismo.

6 Otra causa del subdesarrollo hay que buscarla en el inicio de la Revolución Industrial en Inglaterra a finales del siglo xviii, gracias a la cual unos pocos países europeos empezaron a aplicar las innovaciones tecnológicas a los procesos de producción con el consecuente avance económico y social de sus ciudadanos.

7 La expresión “Tercer Mundo” aparece en un artículo escrito en 1952 por el economista francés Alfredo Sauvy, quien quiere significar que después de la Segunda Guerra Mundial el planeta se dividió entre los vencedores en un bloque Occidental y Oriental, sin tener en cuenta a los demás países que, al igual que el Tercer Estado en la Revolución Francesa, quedaron rezagados a un tercer plano.

URSS con sus aliados de oriente. Los esfuerzos se emprendían, pero por la profundización de las diferencias y el armamentismo desbocado, la misión de la ONU se vio seriamente afectada y criticada por sus pocos resultados. En consecuencia, la Organización optó por ampliar su campo de acción mediante la cooperación internacional para atacar el hambre, las enfermedades, el analfabetismo y las hegemonías económicas y sociales que pudiesen conducir al caos en el orbe. En 1944 se crean el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional -en el marco de los acuerdos de Bretton Woods⁸-, con el propósito de mantener estable el Sistema Monetario Internacional y condicionar las políticas económicas a través de la concesión, o no, de créditos a los diferentes países cuando tuvieran problemas de balanza de pagos o necesitaran financiar proyectos de desarrollo.

La actividad de estos organismos incluyó la realización de foros, debates, suministro de recursos para “solucionar” los problemas endémicos del desarrollo, pero no tuvieron el efecto esperado (superar la pobreza) por cuanto todas las estrategias se ejecutaban sin conocer lo que realmente le pasaba a la gente, a la que se concebía como ignorante e incapaz de mejorar su calidad de vida con sus propios recursos.

La ONU también estableció que el 1%⁹ del PNB de las grandes potencias se destinara a financiar el progreso de las naciones en vías de desarrollo y no al crecimiento militar y armamentista. Se mantenía la visión de que invertir en infraestructura y conocimientos técnicos era suficiente para salir del rezago, pero esta estrategia resultó simplista ya

8 El Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) nacieron en la villa vacacional Bretton Woods, localizada en el Estado de New Hampshire al noreste de los Estados Unidos. Las dos entidades multilaterales compartieron los mismos 182 países miembros que tienen en la actualidad, y ambas cumplieron tareas diferentes. El FMI, hasta antes de 1982, se dedicó a reunir un fondo para financiar las necesidades monetarias de las naciones que tuvieran problemas para balancear su comercio internacional, mediante el otorgamiento de préstamos pequeños y recuperables. En cambio, el BM se caracterizó por una agresiva promoción y colocación de préstamos en el mundo en vías de desarrollo. Sin embargo, después de 1982 y con el inicio de las políticas económicas de Reagan, que propugnaban por un mayor intercambio comercial orbital sin tantas restricciones arancelarias, los dos bancos convergen en una sola estrategia para enfrentar la crisis de la deuda. Por un lado, el Fondo, “por intermedio de los ‘préstamos estructurales’, se encarga de fijar las tasas de interés, las tasas de cambio y el financiamiento presupuestario de los países deudores; el Banco Mundial, por intermedio de los ‘préstamos sectoriales’, se encarga de normar en los países deudores las políticas de ajuste al consumo, así como las políticas en ‘el lado de la oferta’ o ‘políticas neoliberales’, como también se las denomina” (Vergara, 2005).

9 Actualmente se exige el 0,7% del PIB, porcentaje que pocos países industrializados cumplen.

que las infraestructuras no podían surgir de manera espontánea, con la sola transferencia de fondos y conocimientos occidentales.

En 1960 también se funda la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) –que hoy aglutina a 34 países ricos del mundo¹⁰- y años más tarde se crea el CAD (Comité de Ayuda al Desarrollo) cuyos objetivos consisten en formular políticas y orientaciones técnicas sobre cooperación al desarrollo y examinar las actuaciones de sus países miembros (Vivanco, 2000: 114).

A finales de los años 60 Lester Pearson, ex ministro del Canadá y quien es un referente para evaluar lo que supuso esta visión economicista de desarrollo durante las primeras décadas, es el encargado de llevar a cabo una investigación financiada por el Banco Mundial para medir el impacto de la ayuda al desarrollo. Los resultados fueron modestamente alentadores. Si bien algunas naciones crecieron en un 5% su PNB¹¹, la riqueza acumulada sólo estaba en unas pocas manos, es decir, su redistribución no guardaba los criterios de equidad y de justicia. En el tiempo de la ayuda al desarrollo surgió una clase de gente culta y moderna que mantenía unos estándares de vida parecidos a los de Occidente. No obstante, otra parte de la economía tradicional estaba desapareciendo, al tiempo que crecía el número de pobres.

El crecimiento en un 5% obedeció a la exportación de materia prima, minerales y productos agrícolas que en esa época se pagaban a precios justos, pero los recursos captados por estos conceptos no se redistribuían para el beneficio de los más necesitados, sino que iban a parar a las manos de los dirigentes políticos más preocupados por industrializar.

En síntesis el informe de Pearson, publicado en 1969, está matizado de desilusión y desconfianza hacia las cruzadas emprendidas en años anteriores para salir del subdesarrollo y combatir el hambre. La idea de

10 Estonia ha sido el país recientemente incorporado a la organización. Colombia, por medio del presidente Juan Manuel Santos, solicitó formalmente su inclusión a la OCDE porque considera que es “un club de buenas prácticas”.

11 El PNB se define como el valor de todos los bienes y servicios producidos, únicamente, por los nacionales de un país durante un tiempo determinado, generalmente un año. Se excluye a los extranjeros trabajando en el país y se incluye a los nacionales trabajando en el extranjero. El PIB es el valor de todos los bienes y servicios producidos en un país durante un trimestre o un año. Se distingue del PNB porque se excluyen los ingresos exteriores procedentes de inversiones y servicios y se incluyen los de los extranjeros radicados en el país.

que el crecimiento económico traería prosperidad y de que la ciencia y la tecnología¹² actuarían tan rápido en conjunción con el capital para solucionar todos los problemas de la humanidad, era una verdad a medias. Sin embargo, la experiencia resulta positiva en el sentido de que el ex ministro canadiense señala que aunque el desarrollo no es uniforme en todos los territorios debido a diferencias de extensión, demografía, etc., sí puede lograrse teniendo en cuenta aspectos comunes -distintos del crecimiento económico-, como la redistribución de la riqueza, la administración eficiente, el progreso social, la estabilidad política y la participación democrática.

El informe también demostró que la concepción del agricultor afincado en la economía tradicional choca con la de los planificadores, técnicos y banqueros, quienes diseñan estrategias sin conocer el contexto en el que se desarrolla el trabajo del agricultor o, algunas veces, son elaboradas perjudicando los intereses de los labradores y beneficiando los de las entidades que representan.

Los medios de comunicación también tuvieron un papel protagónico en las cruzadas por el desarrollo. En efecto, en 1960 J. F. Kennedy, presidente de los Estados Unidos, al igual que jóvenes intelectuales radicales, lideró la propuesta de ayudar a los pobres, según él, no sólo por mantener su lealtad al sistema capitalista sino porque lo consideraba “justo”. Esta inesperada sensibilidad hacia los menos favorecidos fue motivada por las desgarradoras imágenes que transmitía la televisión, cuyos protagonistas eran personas que se mostraban en condiciones de vida precarias y muchas veces indignas. El paralelismo solía hacerse con las imágenes del mundo occidental cuyo centro era la vida placentera y despreocupada de sus habitantes, con el ánimo de despertar en éstos “sentimientos espontáneos” de conmiseración y solidaridad.

Pero la visión de un hombre trabajando en la era preindustrial, con aspecto famélico, era muy simplista. Para occidente era digno de com-

12 La tecnología se convirtió en la panacea para la solución de los problemas del subdesarrollo, porque aumentaría el progreso material, le daría dirección y significado a las estrategias de desarrollo y contribuiría a la difusión de los ideales modernistas. La transferencia de tecnología del “Norte” al “Sur” se tomó como elemento esencial en los proyectos de desarrollo, pero no se tuvo en cuenta que el éxito de la transferencia no dependía solo de aspectos técnicos sino también de factores sociales y culturales.

pasión y había que hacer algo para que compartiera los placeres y comodidades de occidente; sin embargo, para esa persona (por ejemplo, el campesino que ara la tierra) su meta no consistía en asumir ese estilo de vida, sino continuar con sus labores cotidianas. Para el mundo desarrollado ese individuo no era rico en cuestiones de dinero y mercancías, pero él se consideraba autorrealizado por tener medios de subsistencia que le proporcionaban los mares, los ríos, los animales y la tierra. Incluso el mote de “pobre” le resultaba incómodo y alejado de su realidad y estilo de vida¹³.

No obstante, prevaleció la imagen que se difundía por la televisión y otros medios. De ahí surgió la campaña *Freedom From Hunger*, inspirada en una nueva filantropía popular y emprendida en 1960 por la organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la cual atrajo una oleada de compasión en occidente, y fue utilizada para el trabajo de una nueva generación de organizaciones de beneficencia. Es probable, entonces, que aún hoy al occidental se le dificulte ver al del “Sur” de forma diferente, pues el discurso del desarrollo lo describía como un individuo con hambre, arcaica y sin oportunidades. A esta concepción de la pobreza, incardinada en el discurso del desarrollo, también influyó la noción del ingreso anual per cápita para “medir” los patrones de riqueza. En efecto, en 1948 el Banco Mundial definió como pobres aquéllos que tuvieran un ingreso per cápita inferior a 100 dólares, criterio en el que inmediatamente encajaban casi las dos terceras partes de la población mundial.

1.1.1 La estrategia del desarrollo: lo que pudo haber sido y no fue

La estrategia para salir del subdesarrollo implicaba –como ya hemos dicho– el tránsito de una economía tradicional o arcaica a otra moderna, proceso que no estaba exento de dificultades. La industrialización, el incentivo a la inversión foránea, la urbanización, el crecimiento material y la promoción de estilos de vida modernos, fueron considerados aspectos imprescindibles para salir del atraso. Esta era una visión compartida

13 En realidad algunas comunidades africanas, asiáticas y latinoamericanas tenían otros parámetros para definir y tratar la pobreza con base en su historia y tradiciones, que daban cabida a conceptos como los de solidaridad, cooperación, suficiencia y frugalidad, pero al imponerse la economía de mercado y el capitalismo se comenzaron a deteriorar los lazos comunitarios hasta consolidar la pobreza masiva.

por los tecnócratas del desarrollo y por la banca multilateral, así como por los gobernantes de la mayoría de los países del Tercer Mundo. Así lo describe Arturo Escobar (1996: 86) en el libro *La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo...*

La premisa básica era la creencia del papel de la modernización como única fuerza capaz de destruir supersticiones y relaciones arcaicas, sin importar el costo social, cultural y político. La industrialización y la urbanización eran consideradas rutas progresivas e inevitables hacia la modernización. Sólo mediante el desarrollo material podría producirse el progreso social, cultural y político. Esta opinión determinó la creencia de que la inversión de capital era el elemento más importante del crecimiento económico y el desarrollo. El avance de los países pobres se concibió entonces, desde el comienzo, en función de grandes suministros de capital para proporcionar la infraestructura, la industrialización y la modernización global de la sociedad. ¿De dónde vendría el capital? Una posibilidad era, por supuesto, el ahorro doméstico. Pero se consideraba que estos países estaban atrapados en un “círculo vicioso” de pobreza y falta de capital, de tal modo que buena parte del “anheladísimo” capital tendría que llegar del extranjero.

De aquí se infieren tres líneas de acción: una, en la que la necesidad de creación de capital está en el centro, junto a la importación de tecnología, control de la natalidad, manejo de las variables macroeconómicas, incorporación de mano de obra del campo a la ciudad e intercambio comercial. Otra, relacionada con la educación, en la que se buscaba afianzar los valores culturales de la modernidad y, una tercera, fundada en la creación de organismos como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, así como de agencias técnicas de las Naciones Unidas y oficinas de planeación, que asesoraran y supervisaran permanentemente el cambio de paradigma.

El balance de la aplicación de cada una de estas líneas de acción no refleja los resultados esperados por los planificadores. La inversión de capital extranjero en raras ocasiones se sumó al ahorro doméstico, pues las ganancias de los negocios en el Tercer Mundo se esfumaron con mucha facilidad hacia los países desarrollados¹⁴. La consolidación

14 A esta situación se suman dos elementos que permiten explicar por qué el modelo no fue el acertado. Un elemento es que los mercados externos no siempre estuvieron abiertos, pues los países industrializados fijaban aranceles de importación para que los productos del Tercer Mundo no

de los valores culturales modernos implicó marginar a grandes sectores sociales que se resistieron a asimilar el estilo fastuoso de occidente. Y las instituciones creadas para estimular el desarrollo en el “Sur”, impusieron la ortodoxia occidental para definir lo que tenía que pensarse, decirse y hacerse en términos de desarrollo sin tener en cuenta las especificidades culturales.

1.1.2 Las claves del discurso del desarrollo

En el libro *La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*, de Arturo Escobar se hace hincapié en las dinámicas del discurso y en su capacidad para crear una realidad social. Este es el caso del discurso del desarrollo, observado como un régimen de representación, que fue configurado por los vencedores de la Segunda Guerra Mundial para intervenir en los aspectos económicos, políticos y culturales de los países que fueron denominados subdesarrollados. Fue una construcción social que influyó en el pensamiento de gobernantes y se impuso casi a la fuerza entre la población para hacer ver sin muchas reticencias que el mejor camino para el progreso era transitar de una vida tradicional, precapitalista a una moderna.

En el prólogo, escrito por Orlando Fals Borda, se resaltan dos aspectos de la obra de Arturo Escobar. En primer lugar, el papel preponderante que le da a los movimientos sociales para la configuración de alternativas de desarrollo, armonizadas con el medio ambiente y con las potencialidades locales. Y, en segundo lugar, la necesidad de que estos movimientos tengan en cuenta las particularidades étnicas para que las alternativas se ajusten a las tradiciones y saberes de los pueblos y no socaven su acervo cultural. Fals Borda subraya que el desarrollo no debe aceptarse a ciegas, como un proyecto común único y valedero para todos.

En concreto, Escobar señala que su estudio aboga por el retorno a la cultura, en particular a las culturas locales, en el análisis crítico del desarrollo:

entraran a competir con los nacionales. Otro elemento es que la industrialización, que se crearía como consecuencia de la inversión, no redujo la necesidad de importaciones del “Sur” sino que se volvió más dependiente de los bienes de capital (maquinaria) para producir localmente lo que antes importaban.

El propósito del análisis es el de contribuir a liberar el campo discursivo para que la tarea de imaginar alternativas pueda comenzar (o para que los investigadores las perciban bajo otra óptica). Las etnografías locales ya mencionadas brindan elementos útiles para ello. En la conclusión, ampliamos los análisis de dichos trabajos e intentamos elaborar una visión de “lo alternativo” como problema de investigación y como hecho social (Escobar, 1996: 39).

Y más adelante destaca la acción colectiva para resignificación de la lucha cultural:

Como discuto en el capítulo final, el proyecto simultáneo podría enfocarse estratégicamente en la acción colectiva de los movimientos sociales; éstos no sólo luchan por “bienes y servicios” sino por la definición misma de la vida, la economía, la naturaleza y la sociedad. Se trata, en síntesis, de luchas culturales (Escobar, 1996: 43).

Hemos querido dedicar un epígrafe a la obra de Escobar porque ofrece una perspectiva amplia y reflexiva en torno a cómo se fue consolidando el discurso del desarrollo por cuenta de los gobiernos del primer mundo, de la ONU y de diversas agencias técnicas. Eso no quiere decir que la lectura de la obra no haya estado exenta de críticas cuando se revisan sus aportes a la luz de los acontecimientos del siglo XXI. Por ejemplo, (1) la evidencia de que los males del Tercer Mundo no han sido causados solo por fenómenos externos sino también por la corrupción y comportamientos antiéticos de sus gobernantes; (2) el testimonio de que la cooperación e inversión extranjera en algunos casos tuvo un efecto positivo, porque ayudó a paliar necesidades sociales muy sentidas; (3) la revaloración que hacemos del impacto del Informe Brundtland (1987) para llamar la atención sobre la urgencia de modificar los comportamientos y hábitos de la población para garantizar el desarrollo sostenible; y (4) la importancia que cada vez más se le da al componente de la participación para que las comunidades beneficiadas no sean receptoras pasivas sino entidades con voz y voto en el diseño, ejecución y evaluación de los programas de desarrollo de los cuales son beneficiarias.

No obstante, no se puede soslayar la claridad con que explica las dinámicas del discurso, construido histórica e intencionalmente para producir conocimiento y ejercer el poder en el Tercer Mundo, desde su experiencia como consultor en América Latina y sus estudios posterior-

res en los Estados Unidos. Lo clave de Escobar es el análisis de las representaciones y de los discursos, producto de una construcción historia que se va imponiendo para dominar el pensamiento y la acción. Asegura que el discurso del desarrollo ha producido un aparato muy eficiente para producir conocimiento acerca de ejercer el poder sobre el “Sur”.

Según el autor, quien se basa en sus estudios sobre las *dinámicas del discurso y del poder en la representación de la realidad social* de Foucault, para entender el desarrollo como discurso hay que ubicarse en el sistema de sus relaciones recíprocas. Este sistema de relaciones es el que va configurando sistemáticamente la inclusión de objetos, conceptos y definiciones en el discurso sobre lo que debe ser el desarrollo, todo ello impulsado por la interacción entre instituciones, procesos socioeconómicos, formas de conocimiento, tecnología, entre otros elementos. En otras palabras, el movimiento del sistema y la relación de sus partes establecen una práctica discursiva que establece quién está facultado para hablar, bajo qué criterios, con qué autoridad y de acuerdo con qué calificaciones.

Como se ha dicho, el desarrollo surgió como respuesta a la necesidad de crear un gran mercado de compradores de los productos estadounidenses, para lo cual los países del Tercer Mundo tenían que importar capital y estilos de vida modernos. Asimismo, fue un proceso en el que se problematizó la pobreza desde la perspectiva occidental, para que en torno a ella se fundaran una serie de instituciones y agencias técnicas para superarla con los conocimientos y la tecnología del Norte, sin tener en cuenta las consideraciones culturales de los pueblos. El discurso del desarrollo fue, pues, una invención del mundo occidental y no un autodescubrimiento y tratamiento gradual de los problemas por los implicados, con el concurso de la ciencia y de las instituciones. Estudiar el desarrollo implica analizar el discurso en su devenir histórico con el que los países pobres son conocidos, definidos e intervenidos, y, especialmente, los mecanismos que lo convierten en fuerza real y activa, que están estructurados por formas de conocimiento y de poder (Escobar, 1996: 95).

¿En qué radicó, entonces, el éxito del discurso del desarrollo? Quizás en la coherencia de los efectos que lo convirtieron en una forma hegemónica de representación, en la que las categorías de “pobres” y “subdesarrollados” fueron creadas subjetivamente por los representantes. El

éxito también consistió en la homogenización discursiva con la que se eliminó la complejidad y pluralidad mediante la categorización, donde encajaban todas las personas del Tercer Mundo (indígenas mexicanos, campesinos colombianos, agricultores nepalíes) a pesar de la diversidad cultural. La complejidad étnica se redujo a una serie de variables estadísticas y de interpretaciones teóricas preparadas por tecnócratas y representantes de las agencias de desarrollo, las cuales invalidaron las opiniones, modelos y propuestas de otros actores –sobre todo los locales– por no pertenecer a lo que la comunidad de intelectuales llamó “científicas”.

Escobar plantea la tesis de que no se saldrá del control y la dominación si no se cuestionan las prácticas que permiten la reproducción exitosa de los creadores del discurso del desarrollo:

(...) mientras las instituciones y los profesionales continúen reproduciéndose a sí mismos con éxito en lo material, cultural e ideológico, prevalecerán también ciertas relaciones de dominación. Y que, hasta donde esto suceda, el desarrollo seguirá siendo en gran medida conceptualizado por quienes poseen el poder. Al detenernos en las prácticas que estructuran la labor cotidiana de las instituciones esperamos ilustrar, de una parte, la forma en que opera el poder, es decir, cómo se ejerce éste por medio de procesos institucionales y documentales. El énfasis en el discurso trata de mostrar, de otra parte, la forma en que una cierta subjetividad es privilegiada al mismo tiempo que se margina la de aquellos que se suponen receptores del progreso. Será claro que una marginación de este tipo, producida por un régimen determinado de representación, constituye un componente integral de las relaciones del poder institucionalizado (Escobar, 1996: 206).

Escobar propone un análisis de las potencialidades locales que, sin obviar su articulación con lo global, permita rebatir las representaciones de la realidad formuladas por el discurso del desarrollo concebido como construcción histórica. Centrarse en lo local implica revalorar las voces acalladas por el discurso de la modernidad y hacerlas conscientes de sus potencialidades para promover el cambio desde las propias particularidades culturales.

Las alternativas locales para la deconstrucción del discurso hegemónico del desarrollo y la construcción de otro desarrollo coherente con las expectativas de los pueblos, deben ser impulsadas por los movimientos sociales a partir de premisas como “la defensa de la diferencia

cultural, como fuerza transformadora y transformada, no estática, y la valoración de las necesidades y oportunidades económicas en términos que no sean solamente los de la ganancia y el mercado” (Escobar, 1996: 421). Desde nuestro punto de vista, estas alternativas pueden articularse con otras instituciones y organismos gubernamentales y no gubernamentales, siempre que las relaciones no sean las de dominadores y dominados sino la de actores que basan su interacción en valores como la reciprocidad, la igualdad y la cooperación. A esta reflexión queremos sumar otra: la necesidad de que los medios de comunicación, especialmente los conocidos como alternativos, comunitarios o populares por sus fortalezas para democratizar la comunicación y la información, así como para promover la participación y la producción mediática local, sean tenidos en cuenta para la construcción de un desarrollo endógeno, sostenible. En síntesis: verdaderamente humano.

1.2 Dependencia, desarrollo y contexto histórico

La teoría de la dependencia es una combinación de elementos neomarxistas, de estudios económicos latinoamericanos y de la teoría económica keynesiana. Esta última se construye como respuesta a las ideas económicas liberales que nacieron en Estados Unidos y Europa, y a la Gran Depresión de los años 20. La teoría de Keynes postula que los Estados deben intervenir en la economía para regularla y defenderla de la competencia exterior, y asegurar que los recursos sean distribuidos equitativamente entre sus habitantes.

En cierta medida la teoría de la dependencia surge como reacción a los principios de la teoría de la modernidad y de la economía clásica, los cuales indican que cuando un actor económico obtiene las ganancias suficientes, esa actividad automáticamente beneficia a todos, puesto que el capital es invertido en el mercado local, en forma de compras, inversiones y generación de empleos. Este argumento es falso, afirman quienes defienden la teoría de la dependencia, toda vez que se ha comprobado que las riquezas, el bienestar, la tecnología y los rendimientos se han concentrado más en los países del “Norte”, mientras que los del “Sur” han estancado su crecimiento, con el consecuente desajuste en el bienestar social de sus gentes.

Así las cosas, la tesis que defiende el paradigma de la dependencia es que en el mundo occidental coexisten dos tipos de naciones: las que están en el *centro* produciendo y vendiendo bienes industrializados y los que están en la *periferia* cosechando y extrayendo recursos de la naturaleza. Como es de suponer, los países desarrollados se encuentran en el centro y los del Tercer Mundo en la periferia, “subsidiando” el avance tecnológico e industrial del Primer Mundo.

El argentino Raúl Prebisch fue el fundador del enfoque de la dependencia, desde que en los años de la década del 40 instaló su idea del Centro y la Periferia entre la intelectualidad latinoamericana, y el que creó y dirigió por varios años la Comunidad Económica Para América Latina (CEPAL) con sede en Santiago de Chile.

Este enfoque tuvo auge en la década del 60 y argumentaba que los países de la periferia mantenían una relación dependiente con los del “Norte”, porque estos últimos decidían cuándo, cómo y a qué precio debían comprar la materia prima del “Sur” para transformarla en productos industriales que se cotizaban mejor en los mercados internacionales. Las naciones dependientes, por su parte, tenían que remplazar los bienes industriales importados con la creación de fábricas que copiaran la capacidad organizativa y productiva del mundo occidental desarrollado.

Este planteamiento denominó Modelo Cepalino de Sustitución de Importaciones, en clara alusión al organismo que le dio origen, con el que se despejaba el camino para salir del subdesarrollo. El modelo planteaba (1) desarrollar una considerable demanda interna efectiva en términos de mercados nacionales; (2) reconocer que el sector industrial es importante para alcanzar mejores niveles de progreso nacional, porque genera mayores ingresos y valor agregado que el sector agrícola; (3) incrementar los ingresos de los trabajadores como medio para generar mayor demanda agregada dentro de las condiciones del mercado nacional (Zona económica, 2009) y (4) proteger a la economía del país de la incursión de productos extranjeros, mediante el alza en los aranceles de importación.

Según Vergara (2005), la sustitución de las importaciones suponía precisar qué productos podían remplazarse y en qué escenario debían industrializarse. Al final, se concluyó que los artículos que se podían sustituir eran aquellos que no requerían una tecnología muy sofisticada.

da, ni maquinaria muy pesada ni demasiado capital. Además, para industrializar cualquier producto se necesitaba un mercado de consumo más amplio que el proveniente de cada país latinoamericano. De modo que se optó por unir otros mercados como el Mercado Común Centroamericano (MCCA) en 1958 y dos años más tarde en Montevideo la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC). Aunque el objetivo de estos bloques económicos era unir a gran parte del mercado continental, las pugnas internas y los deseos de tener una posición preferencial frente al vecino, dieron al traste con el loable objetivo inicial. La desunión de los países de América Latina se notó con mayor fuerza en 1986 cuando se reanudaba el pago de la deuda externa y, por consiguiente, se requerían dólares que el Modelo de Sustitución de Importaciones no había podido producir, puesto que en lugar de renegociar en conjunto los compromisos crediticios con la banca multilateral (BM y FMI), cada nación decidió hacerlo por separado para tratar de tener una ventaja con respecto a sus colegas latinoamericanos. Al final muchos terminaron por responsabilizarse de las deudas, tanto la externa pública como de la privada, tal y como lo habían exigido los acreedores internacionales.

Alfredo Vergara (2005: 102) resume el dilema en el que se vio envuelto el modelo cepalino, con las siguientes palabras:

Desde luego, el objetivo del Modelo no era generar dólares, sino todo lo contrario: prescindir de ellos. Además, desde antes de 1983, el esquema cepalino ya había sido rebautizado con el nombre de *Modelo de crecimiento hacia adentro*; palabras que resumían la intención de ahorrar dólares consumiendo con preferencia lo que se produzca dentro del continente. En todo caso, cualquiera que su nombre fuese, la crisis evidenció que el Modelo no había ahorrado dólares ni los había generado.

La opción planteada para el cambio de estrategia fue la de hablar del *Modelo de crecimiento hacia afuera*, principio que rige hasta nuestros días y según el cual Latinoamérica debe exportar más para crecer más y pagar los compromisos de la deuda.

El paradigma de la dependencia tuvo un papel protagónico a finales de los 60 y comienzos de la de los 80. El presidente Nyerere de Tanzania promulgó las bases de un nuevo desarrollo con base en los principios de la Declaración de Arusha de 1967. Nyerere promueve una nueva forma

de concebir el desarrollo de su pueblo sustentada en la autonomía social (*self-reliance*¹⁵). Este líder fue el impulsor de un socialismo autóctono, distante del capitalismo y del marxismo, “inspirado en las estructuras tradicionales de su pueblo, de comunidades rurales autárquicas, basadas en vínculos familiares que favorecen la estabilidad” (Valero, 2004). Señalaba que la posesión o carencia de los medios de producción o de la riqueza no tenía nada que ver con la diferenciación entre un socialista o un capitalista, pues más decisiva era la actitud mental, la cual se afincaba sobre valores generales y principios como la justicia y la igualdad.

La experiencia tanzana mejoró las condiciones de salud, educación e igualdad de oportunidades, pero le resultó difícil convencer a sus pobladores de modernizar las técnicas agrícolas, de concienciar a sus dirigentes de la importancia del interés colectivo sobre el interés particular, de erradicar todas las formas de explotación, y, fundamentalmente, de construir una nación no dependiente de los países industrializados, de los que recibía gran parte de la “ayuda al desarrollo”.

Entre los años 60 y 80 también hay que destacar el elemento nuevo que se produce con la aparición de los No Alineados (NOAL), creado por los nacientes estados africanos y asiáticos, así como por la corriente popular y socialista de Cuba, Chile, India y China, entre otros, países que establecieron metas de autodeterminación económica política y cultural dentro de la comunidad internacional de naciones.

En la década del 70 se creó una alternativa seria para la redención del Tercer Mundo. El horizonte se abre con la aparición de la próspera Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) en 1973 -que ve en los No Alineados un respaldo incondicional a los países en desarrollo-, la cual sube los precios del crudo y coloca a esos países en una posición de fuerza frente a las naciones industrializadas, principales consumidoras del hidrocarburo. El inusitado incremento de los precios del hidrocarburo se originó el 6 de octubre de 1973, Día de Acción de

15 Hay diversas opiniones sobre el origen del *self-reliance* o desarrollo autocentrado. Una de ellas señala que fue Cuba el país que acuñó el término, al estar aislado comercialmente por el embargo estadounidense. Otra pista más segura conduce a Gandhi, quien proponía la autosuficiencia de las aldeas sobre la base de los principios de interioridad/endogeneidad y mejoría de las condiciones de todos. También se afirma que Mao Zedong tiene crédito en esta idea, pues este líder chino propuso en 1945 la expresión “renacer de las propias fuerzas”, que refleja la manera como el pueblo, gracias a su creatividad cultural y social, forja la historia (Rist, 2002: 146).

Gracias o fiesta del Yom Kipur, fecha conmemorativa del pueblo judío. Los países árabes, quizás sin medir el poderío de su vecino, deciden atacar militarmente a Israel lo que produjo la “Batalla del Yom Kipur”. Esta batalla creó una guerra, a la postre ganada por Israel, país que anexo varios territorios árabes y que ha provocado un odio visceral en el Medio Oriente. Pero este triunfo militar representó la derrota comercial de los Estados Unidos y de las otras naciones que apoyaron a Israel, contra los cuales los gobiernos árabes iniciaron un embargo en sus ventas de petróleo. El embargo, que fue respaldado por la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP), propició un incremento sin precedentes en el precio del crudo que se extendió hasta 1980. En efecto, en siete años el hidrocarburo pasó de \$US dos por barril a 40 dólares en los mercados internacionales (Vergara, 2005: 7).

El punto más alto de esta coyuntura se alcanza en dos asambleas de la ONU, las de 1974 y 1975, en las que se exige al mundo industrializado un nuevo orden económico internacional más equitativo. A esta petición se suma el Grupo de los 77, nombre dado por las Naciones Unidas a los territorios en vías de desarrollo. No obstante, la iniciativa no tuvo éxito debido a que la unión giró en torno al petróleo y no a otros intereses comunes. Era de esperarse. Qué podría haber en común entre Emiratos Árabes Unidos con un ingreso per cápita de 13.000 dólares y Pakistán con 130.

Así, mientras los países del medio oriente ricos en petróleo desarrollaban sus economías, el retraso era cada día más evidente en otras naciones ante la imposibilidad de comprar el crudo a precios altos. Las consecuencias fueron la caída de la productividad y el saldo en rojo para solventar las necesidades sociales en el Tercer Mundo. Para evitar el estallido popular se pidieron préstamos al Fondo Monetario Internacional y a otras instituciones acreedoras, pero la mala administración de los empréstitos, sumada a las elevadas tasas de interés, desencadenaron la crisis de la deuda en la década de los 80¹⁶. El dinero de los empréstitos

16 México fue el primer país en declarar la moratoria de la deuda externa que ascendía a 80.000 millones de dólares –la quinta parte del total adeudado por América Latina–, pues los recursos para ello se habían agotado. Eso ocurrió en agosto de 1982. De ahí en adelante se presentó, como efecto dominó, la quiebra y el colapso económico de Brasil, Venezuela, Chile, Perú, Uruguay, Ecuador y de casi toda Centroamérica.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) fue el encargado de dirimir el conflicto de intereses entre el grupo de acreedores (los bancos occidentales) y el grupo de deudores, pero el dogma que

provino de la riqueza acumulada por los países exportadores de petróleo y por las exportaciones del Tercer Mundo, cuyos gobernantes prefirieron entregarlo a los nacientes bancos de occidente deseosos por prestar para hacerse millonarios con los intereses de usura. Por esa fecha se desvanecía el concepto de desarrollo mundial, aun más con el crecimiento de los denominados “Tigres del Pacífico” (Hong Kong, Singapur, Taiwán y Corea del Sur) y algunos países de Latinoamérica, que empezaron a diferenciarse de sus vecinos “tercermundistas”.

En 1974, en el marco de ese contexto más favorable al debate sobre el desarrollo, la presión de los países del Tercer Mundo en la ONU llevó a que ésta aprobara la declaración de un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI). Este proyecto se fraguó en la conferencia celebrada en Bandung, Indonesia, en 1955, donde se cimentó la construcción del Movimiento. Como señala Black (2003: 23):

Sus líderes eran los entonces gigantes de las nuevas naciones: los presidentes Nehru de India y Nkrumah de Ghana. Esta fue la génesis del Tercer Mundo¹⁷: un intento de reivindicar una identidad de grupo independiente tanto del occidente capitalista (“el Primer Mundo”), como del bloque oriental comunista, (“el Segundo Mundo”). Como entidad geopolítica el Tercer Mundo nunca tuvo una oportunidad pero en aquella época no era evidente.

El NOEI fundamentalmente declara que el sistema actual hace “imposible” el “desarrollo armonioso”, reafirma la voluntad de los países en desarrollo de conseguir “la autonomía colectiva” (*collective self-reliance*¹⁸), estimula el papel de las asociaciones de productores (en clara alusión a la OPEP que había hecho temblar las economías del “Norte”) y solicita a

hacia su escenificación en la época (el neoliberalismo) y la desunión de los países latinoamericanos –que decidieron renegociar los pagos por separado–, provocaron lo que se denominó “la década perdida de América Latina”, puesto que además de la crisis de la deuda, esta parte del continente americano sucumbió a la pérdida de valor de las materias primas en los mercados internacionales, la hiperinflación y el incremento del desempleo. En efecto, “durante la década de los ochenta, América Latina pagó en promedio 30 mil millones de dólares más por año de lo que recibía de nuevos préstamos” (Escobar, 1996: 166).

17 Recientemente ha emergido el concepto de “Cuarto Mundo” para referirse a la pobreza en los países industrializados, es decir, las personas (nacionales o inmigrantes) que viviendo en el “primer mundo” no se benefician de sus oportunidades. La pobreza en este caso es medida de acuerdo con los parámetros de cada región o país (Busaniche, 2002).

18 Esta *self reliance* significa una forma de “cooperación regional, subregional e interregional”; su contenido había sido definido ya en Bandung.

las sociedades transnacionales no inmiscuirse en los asuntos internos en los países donde operan. Para apoyar estas reivindicaciones políticas, el NOEI también exige una mejoría en los términos de intercambio gracias a unos precios “justos y equitativos” y una participación “más efectiva” de los países del “Sur” en las decisiones del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional.

Por lo demás, el NOEI no hace sino reforzar el orden antiguo y no propone nada nuevo para promover el “desarrollo” tal como lo contemplaba el pensamiento económico dominante (el crecimiento económico, la expansión del comercio internacional y el incremento de la ayuda otorgada por los países industrializados). Así lo sugiere Rist (2002: 175) cuando analiza varias contradicciones en los principios emanados de la institución:

En un párrafo se proponía ayudar a los países del “Sur” “a realizar un desarrollo económico autónomo”, mientras en otro se recomendaba “vigilar para que los países en vías de desarrollo puedan importar la cantidad de alimentos necesaria sin gravar indebidamente sus recursos y divisas, de donde cabría deducir que la autosuficiencia alimentaria constituye la base del “desarrollo económico autónomo”. Por una parte, se querían “promover las inversiones extranjeras tanto públicas como privadas” y, por otra, se intentaba regular las actividades de las empresas transnacionales. Se recomendaba poner a punto las “técnicas locales adecuadas” al tiempo que se alentaban las transferencias de “técnicas modernas”.

En la práctica el NOEI no tuvo ninguna aplicación. Basta recordar que en 1979 Thatcher en Inglaterra y Reagan en EE.UU. en los 80, ambos gobiernos lideran propuestas claramente neoliberales que defienden al mercado como eje de la nueva economía mundial.

El paradigma de la dependencia estuvo representado por un grupo de intelectuales pertenecientes a distintas disciplinas que compartían una sensibilidad común. En Estados Unidos estaban Paul Baran y Paul Sweezy; en Chile, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL); en Brasil, Fernando Cardoso, Enzo Faletto y Celso Furtado; en Colombia, Orlando Fals Borda y en México, Rodolfo Stavenhagen. Más tarde investigadores de otros continentes defendieron el paradigma, como Samir Amín en África, André-Gunder Frank, Pierre Jalée, Dieter Senghas y Johan Galtung en Europa. Estos intelectuales acusaban

al capitalismo de impedir o hacer más lento y controlable el desarrollo económico de los países subdesarrollados, al exigirles la reproducción de las estructuras políticas y socioeconómicas de la Periferia en concordancia con los intereses de los centros del poder.

No obstante las críticas a este pensamiento llegaron por diferentes vías. Una de ellas consideraba que si la causa del subdesarrollo se basaba en obstáculos externos más que internos y que, por tanto, los países en esa situación debían dissociarse del mercado mundial y optar por una estrategia autónoma de desarrollo, ese era un argumento utópico debido a que existían Países No Alineados débiles económicamente los cuales estaban demasiado endeudados para acometer un proyecto autónomo (Servaes, 2000: 13). También se le señalaba de ser un paradigma prolífico en diagnosticar la realidad que se vivía en esa época, pero pobre a la hora de plantear estrategias para superar el subdesarrollo.

A pesar de las críticas, este periodo fue fecundo en planteamientos teóricos, en pronunciamientos que llamaban la atención sobre un planeta más justo y en medidas económicas y políticas para, supuestamente, hacer frente a las crisis. Los teóricos de la dependencia también pusieron en tela de juicio algunas ideas de la teoría económica ortodoxa —entre ellas la del comercio internacional—, ofrecieron una visión más amplia del desarrollo que da cabida a consideraciones estructurales y mostraron una mayor preocupación por la calidad de vida de las masas. De América Latina surgió el concepto de *desarrollismo*, que afirmaba que la pobreza era estructural y, por ende, no se superaba solo con industrializar. El educador Paulo Freire, en el Brasil, subrayó que para salir del subdesarrollo debía dejarse en libertad la creatividad de la gente y evitar proyectar la pobreza sobre las personas.

En 1973 E. F. Schumacher, asesor económico británico, reaccionó contra la toma de poder de instituciones impersonales que invadían el espacio de las personas, presentando su propuesta de que “lo pequeño es bello”; de Nyerere se forja el socialismo africano basado no en la lucha de clases sino en el fortalecimiento de las tradiciones y en la protección de la familia como eje de la sociedad. En el ámbito de los enfoques y paradigmas se hace énfasis en la importancia de la causa social como contribución esencial al desarrollo y no como cuota de sacrificio para alcanzar el crecimiento económico. La teología de la liberación, surgida

en Iberoamérica después del Concilio Vaticano II y de la Conferencia Episcopal Latinoamericana realizada en Medellín en 1968, propone la convergencia entre los principios cristianos y los del marxismo para superar la pobreza, la explotación, la falta de oportunidades y las injusticias que padecen las personas del Tercer Mundo. Orlando Fals Borda propone una sociología más comprometida con los sectores populares y, junto con otros pensadores, establece los fundamentos teóricos y prácticos de la Investigación Acción Participativa (IAP), método con el que la relación entre investigador e investigados pasa de ser sujeto-objeto a sujeto-sujeto, puesto que existe la participación de las comunidades en todo el proceso no solo para diagnosticar la realidad o priorizar los problemas sino también para llevar a la acción, entendida como aquélla que conduce al cambio social estructural (reflexión-investigación-transformación).

Además del paradigma de la dependencia, numerosos investigadores extranjeros y nacionales han impulsado una variedad de teorías, algunas de las cuales poseen un sustento teórico y empírico y otras, por el contrario, parecen surrealistas. Una de ellas es la *teoría de la evolución*, que equipara el desarrollo económico de las naciones con la evolución de las especies. En efecto, considera que un país subdesarrollado tiene que recorrer el mismo camino de evolución histórica que ha llevado a los países industrializados a alcanzar altas cotas de bienestar.

En ese contexto, los que dirigen las políticas económicas del “Sur” deben tomar varias medidas para corregir el rumbo si por distintas circunstancias se han perdido para ir en paralelo con el desarrollo del “Norte”. Una de esas medidas es la corrección de la oferta con las políticas de tipo fiscal, en caso de que por causa de una anomalía interna o externa el país se haya desviado del sendero natural que lo conduzca a la evolución. La otra establece que se debe regular la demanda con políticas monetarias, en caso de que se encuentre atrasado en relación a la distancia ya recorrida por otras naciones que desde un punto de vista histórico y geopolítico son sus contemporáneos. Esta teoría, que contó con el apoyo implícito de organizaciones regionales para el desarrollo de Latinoamérica, entre ellas con el del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), esboza que no se requiere definir el desarrollo sino transitar el camino recorrido por el “Norte” porque tarde o temprano se alcanzará la meta de progreso donde quiera que se encuentre.

El optimismo que procuran estas ideas, no obstante, tropieza con varios obstáculos. El primero es que condena al Tercer Mundo a ir relativamente a la zaga del mundo occidental industrializado que, supuestamente, cuenta con más trayectoria e historia. El segundo es que si se revisan las estadísticas habría una descompensación fatal para el futuro del planeta, pues la población pobre que suma las tres cuartas partes del mundo y está concentrada en América Latina, Asia y África sólo consume la cuarta parte de los recursos y la energía de la tierra. Mientras que la población rica, que se ubica en Norte América, Europa Occidental y algunos territorios de Asia, consume las tres cuartas partes de la riqueza. Esto quiere decir que si las naciones pobres se ponen a producir y a consumir a la par de las naciones ricas –de acuerdo con la teoría de la evolución–, se necesitarían no uno sino tres o cuatro planetas, situación que es a todas luces insostenible.

Otra teoría es la *teoría de los trópicos*, que señala que el subdesarrollo de Latinoamérica se debe a que sus estados nación se encuentran localizados en zonas tropicales¹⁹. Esta teoría sugiere que las razones del atraso se deben a factores como el clima, la geografía y la cultura. La primera variante, la del clima, establece que la productividad de los obreros y sus salarios son menores en América Latina que en los países industrializados; que la bondad del clima tropical y de sus abundantes recursos naturales absorben gran parte del escaso capital de esa parte del continente; y que es la volatilidad de las economías latinoamericanas –no la de sus gobiernos y sus políticas– lo que produce un bajo crecimiento y una aguda desigualdad en la distribución de los ingresos (Vergara, 2005: 113 y 114). A estos argumentos, defendidos por el BID (Gavin & Hausmann, 1998), se les puede contraponer la prueba irrefutable de que algunos países, como los Tigres Asiáticos, que viven en zonas tropicales no se les pueden llamar subdesarrollados porque la evidencia demuestra que gozan de altos niveles de bienestar.

La variante geográfica, señala que el subdesarrollo es directamente proporcional a la distancia que existe entre las fronteras de los Estados

19 Hay otro diagnóstico sobre el origen del subdesarrollo y es el que expresa la uruguaya Marta Cagnessa de Sanguinetti en su libro: *El bien nacer. Limpieza de oficios y limpieza de sangre: raíces de un mal latinoamericano* (2000), en el que deja entrever que el subdesarrollo se debe a la sangre ibérica heredada por los latinoamericanos.

y sus capitales económicas, lo cual supone que a más distancia de las metrópolis más atraso económico. Esta nueva interpretación del avance de los pueblos es de Jeffrey Sachs, consultor y asesor de varios gobiernos de Norteamérica, América Latina y la ex Unión Soviética, plasmada en el documento “Subdesarrollo tropical”. Si se acepta esta premisa, los geógrafos pueden ofrecer una mejor asesoraría que los economistas.

La variante cultural, indica que las costumbres, los hábitos y las formas de pensar influyen para que los países de zonas tropicales sean subdesarrollados. La idea fue elaborada por varios profesores de la Universidad de Harvard, siendo Lawrence Harrison la figura más representativa. Harrison publica en 1985 el libro *El subdesarrollo es un estado de la mente: el caso latinoamericano* y 15 años más tarde amplía sus ideas con la autoría múltiple de otro texto denominado *La importancia de la cultura*. En ambas publicaciones expresa que los altos niveles de pobreza o riqueza de una nación dependen de su nivel de cultura. La “cultura” incluye una larga lista de valores y conceptos éticos, sociales, religiosos, históricos, políticos, etc., la mayoría de los cuales son difíciles de medir científicamente.

Hidalgo (1998: 53-60), ofrece otro panorama de las aportaciones de diversas ciencias (antropología, sociología, psicología) a la economía del desarrollo. Entre estas podemos destacar:

El determinismo racial, propuesto por Arthur Gobineau, sociólogo francés del siglo XIX, según el cual existen razas superiores que son capaces de progresos fundamentales, en tanto que otras están limitadas social y culturalmente por la herencia racial. Esta teoría ampliamente es hoy superada ampliamente por la evidencia en países de población de otras razas, distintas a la blanca –como lo sugiere Gobineau–, que han obtenido altas cotas de desarrollo integral.

Los factores sociales, que indica que el crecimiento del Producto Nacional Bruto per cápita está estrechamente ligado con el grado de occidentalización de los sistemas políticos; el tipo y la naturaleza del liderazgo y el grado de estabilidad social y política. Estas conclusiones son el resultado de las investigaciones realizadas por los norteamericanos Adelman y Morris. Si bien estos argumentos pesan al momento de definir el camino del desarrollo, no son suficientes para asegurar un bienestar equitativo y sostenible.

Los condicionamientos psicológicos, destacan la relación existente entre la personalidad y la actividad innovadora. Este argumento fue expuesto por McClelland durante los años cincuenta y sesenta. El autor afirma que la motivación del logro es “la condición de la personalidad que determina que un individuo experimente satisfacción en el desempeño de su actividad, evaluado sobre una norma de excelencia” (Hidalgo, 1998: 57) que se alcanza cuando se ha solucionado algún problema. En este sentido, el cumplimiento de objetivos se constituye en el elemento central para que las personas y países avancen hacia el desarrollo.

La ética protestante, aportación que establece que la existencia de una ética religiosa, basada en el trabajo continuo, sistemático y ascético para aumentar la producción, es la clave del desarrollo del capitalismo. Esta propuesta se sustenta en el trabajo de Max Weber, sociólogo alemán, quien en su libro *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (1930), sostiene que los seguidores de la Reforma Protestante y del Calvinismo tienen una actitud diferente hacia el trabajo, lo cual los hace más organizados y productivos. Esta teoría se relativiza cuando se observan países, cuya religión mayoritaria es otra, como el catolicismo, que experimentan mejoras en su condición económica y social.

1.3 Multiplicidad/otro desarrollo, desarrollo sostenible y contexto histórico

A partir de 1975 los intelectuales de la época cuestionan la división que se hace de primero, segundo y tercer mundo. También critican la teoría de la dependencia porque consideran que las relaciones Centro-Periferia se producen en diferentes grados y no en términos absolutos. En consecuencia, formulan la posibilidad de tener en cuenta *otro desarrollo* que incluya la identidad cultural y la mutidimensionalidad. Esta pretensión fue recogida por la fundación sueca *Dag Hammarskjod* y el movimiento político “Verde” de Alemania, aunque sus postulados también fueron alimentados desde los estudios latinoamericanos.

En esta década se promueve el enfoque denominado de “la satisfacción de las necesidades básicas”, respaldado por varias instituciones internacionales como el mismo Banco Mundial, que hace hincapié no sólo en el crecimiento económico *per se* como en décadas anteriores sino

también en la distribución de sus beneficios. El enfoque considera *la satisfacción de las necesidades básicas de las personas* como una de las prioridades, de modo que si los indicadores no mejoraban, no podía decirse que se había avanzado en la consecución del desarrollo.

El *otro desarrollo* establece tres principios orientadores: (1) el *otro desarrollo* es generado para la satisfacción de necesidades comenzando con la erradicación de la pobreza; (2) el *otro desarrollo* es endógeno²⁰ y autónomo; y (3) el *otro desarrollo* está en armonía con el medio ambiente (Servaes, 2000: 14). Estos principios se aplican a todas las sociedades, bien sean pobres, ricas, dependientes, no alineadas, puesto que todas comparten un mal común: “la sociedad de consumo”, origen de todas sus desgracias junto con el afán por lograr la modernización.

Este enfoque señala que no existe un modelo único para alcanzar el progreso, sino que éste depende de las particularidades de cada pueblo o región, e implica un proceso integral, dialéctico y multidimensional. Aunque enfatiza en la importancia de los elementos específicos de cada región o pueblo, este argumento no es óbice para que identifique algunos criterios estándares para el desarrollo.

Estos son:

- *Necesidades básicas*: para satisfacer necesidades humanas, materiales y no materiales.
- *Endógeno*: la sociedad soberanamente define sus valores y visión de futuro.
- *Autoconfiable*: las regiones confían plenamente en sus propias fortalezas y recursos, llámense humanos, naturales y culturales.
- *Ecología*: empleando racionalmente los recursos de la biosfera para que no queden comprometidos para las generaciones actuales y futuras.

20 Uno de los antecedentes que se menciona para incorporar la palabra endógeno, de origen interno, se origina en el informe realizado en 1966 por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio (UNCTAD), en cuyas primeras páginas se afirma: “En este informe no hemos considerado pertinente incluir los problemas del ahorro óptimo ni el desarrollo de los países atrasados”. Esta afirmación es motivo de desilusión por parte de las naciones de América Latina, puesto que esperaban que la UNCTAD señalara el camino para salir del subdesarrollo. Sin embargo, este suceso fue positivo en el sentido de que quedó claro que los problemas de los países en vías de desarrollo pueden no ser relevantes para las instituciones del “Norte” y, en consecuencia, éstos deben ser resueltos por todos los latinoamericanos.

- *Democracia participativa*: hace hincapié en una verdadera democracia, esto es, en un gobierno no sólo del pueblo y por el pueblo, sino, fundamentalmente, para el pueblo.
- *Cambios estructurales*: se necesitan en el ámbito económico, social, político, para que propicien las condiciones de autogeneración y participación en la toma de decisiones por toda la comunidad urbana o rural.

Los aportes del *otro desarrollo*²¹, junto con resultados de investigaciones y cumbres mundiales en torno a la degradación del medio ambiente, sentaron los pilares para la construcción del concepto de desarrollo sostenible. El fin del concepto no es explicar el desarrollo-subdesarrollo sino plantearse un objetivo diametralmente diferente al establecido por las teorías de la acumulación y el crecimiento: limitación en vez de expansión. En otras palabras, el desarrollo sostenible postula *lo que no se debe hacer* para conseguirlo, mientras que los economistas clásicos pregonan *lo que debe hacerse* para lograr el crecimiento económico.

Como indica Reinold Thiel (1999) los primeros en hablar de sostenibilidad fueron los economistas Arthur Pigou y William Kapp, pero el concepto tiene su origen en el Primer Informe del Club de Roma, en el estudio publicado en 1972 por Denis Meadows sobre los límites del crecimiento y en los casi simultáneos trabajos de Nicholas Georgescu-Roegen sobre la importancia de la ley de la entropía para la economía o de “reflexiones ecológicas”. El concepto también se nutrió con el Informe Brundtland²² de 1987, originalmente conocido como el Informe *Nuestro futuro común*, del que proviene la definición según la cual “el desarrollo duradero es aquel que satisface las necesidades del presente

21 América Latina contribuyó con este enfoque gracias al economista chileno Juan Somavía, quien propuso un desarrollo basado en la satisfacción de las necesidades de las mayorías, mediante enfoques endógenos y autogestionarios, manteniendo el equilibrio y la armonía con el medio ambiente. Así mismo, un grupo de estudiosos, bajo la coordinación de Amílcar Herrera, al cobijo de la Fundación Bariloche de Argentina y con el apoyo del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá, indicó que no había “límites insuperables para el crecimiento y que la producción debía ser condicionada por las necesidades sociales y no por el afán de lucro. Para ello tendría que dejar de existir la propiedad, privada o pública, como medio de explotación y de concentración del poder y privilegio, y la administración debería ser verdaderamente democrática y descentralizada” (Beltrán, 1995, citado por Contreras, 2000).

22 *Nuestro futuro común* o *Informe Brundtland* fue preparado por la Comisión Mundial del Medio Ambiente de la ONU bajo la presidencia de Gro Harlem Brundtland, quien fuera primera ministra noruega.

sin correr el riesgo de que las futuras generaciones no puedan satisfacer las suyas²³ (Thiel, 1999:19).

Este informe, a su vez, sirvió de base para la Conferencia de Desarrollo y Medio Ambiente, celebrada en Río de Janeiro en 1992²⁴ y, posteriormente, para la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible en Johannesburgo. El principio número 1 de la Conferencia de Río establece “que los seres humanos son parte fundamental de los principios del desarrollo sostenible y que, por tanto, tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza” (Pakdaman, 1999:63).

En síntesis el desarrollo sostenible se funda en *el respeto por todas las formas de vida sobre el planeta; la visión no antropocéntrica*, es decir, el ser humano no es el único con derecho a usufructuar los recursos sobre la tierra sino una especie más que, por su capacidad de razonar, posee mayor responsabilidad sobre los cambios que ocasione al medio ambiente; *la defensa de la diversidad cultural; y la sostenibilidad* para que los procesos se mantengan en tiempo y no colapsen o se deterioren. Aunque en los últimos años han sido más las personas que defienden esta perspectiva de progreso, ha habido intelectuales que la critican por considerar que sólo sugiere un estilo de vida (la limitación del consumo), pero es incapaz de configurar un modelo económico integral que tenga en cuenta las variables macroeconómicas (inflación, empleo) y que resuelva el enfrentamiento dialéctico entre “desarrollo” y “preservación y conservación de recursos”.

23 Pese a que el *Informe Brundland* propuso el concepto de desarrollo sostenible, esto es, la necesidad de aprovechar los recursos en el presente sin agotarlos para que sean usufructuados por las próximas generaciones, Arturo Escobar (1996: 362-368) lo critica porque enfatiza menos en las “consecuencias negativas del crecimiento económico sobre el ambiente que en los efectos de la degradación ambiental sobre el crecimiento”. En otras palabras, el informe procura llamar la atención sobre la necesidad de sostener el crecimiento y no el medio ambiente, y para ello se requiere el diseño de políticas ambientales por las mismas instituciones que han promovido el desarrollo, léase Banco Mundial, entre otras.

24 Es en la Cumbre de la Tierra de Río (1992) donde se acuña la expresión “Agenda 21”, programa de las Naciones Unidas que busca que las autoridades y comunidades locales desarrollen diagnósticos y planes de acción que permitan el uso racional y sostenible de los recursos de la naturaleza, de manera que puedan ser disfrutados, sin agotarlos, por las próximas generaciones. Las Naciones Unidas también lo denominan “Programa 21”, e incorpora la participación y el compromiso de las personas, líderes e instituciones en la revisión de las viejas prácticas y en el diseño de estrategias que permitan el cambio de comportamientos y de actitudes antiambientales por otras que estén en armonía con la conservación y preservación del planeta. El número “21” alude al siglo XXI.

No obstante, el discurso del desarrollo sostenible se nutre de distintas conceptualizaciones que hacen que se instale en la mente de las personas. Por ejemplo, el informe de la Royal Society, *Hacia un consumo sostenible* (2000), aboga por reducir la tendencia consumista especialmente en los países ricos –pues en el nivel de hoy es insostenible–, lo que implica cambiar los actuales estilos de vida para la satisfacción de las necesidades. El protocolo de Kioto, ratificado en 1997 para reducir la emisión de gases detonadores del calentamiento global, así como una serie de medidas que la mayoría de los gobiernos están impulsando por conservar y preservar el medio ambiente, se cuentan en la interminable lista de defensa del planeta.

Es de destacar la labor de muchos medios de comunicación al incluir en sus agendas informativas temas relativos a los cambios climáticos, no sólo desde la perspectiva calamitosa, sino también desde las alternativas para contener la crisis²⁵. Para Sen, los seres humanos son ante todo *agentes* que, desde el ámbito de las libertades, son capaces de decidir y valorar lo mejor para el medio ambiente, no en función exclusivamente de la satisfacción de nuestras necesidades, sino en el contexto del bienestar de la población actual y, principalmente, del de las futuras generaciones. También resalta el concepto de “ciudadanía ecológica”, propuesto por Andrew Dobson, en el que se pone el acento “sobre el alcance de las responsabilidades cívicas en el abordaje de los desafíos planteados por el medio ambiente” (Sen, 2007: 55).

La ONU organizó en diciembre de 2009 la Cumbre del Clima en Copenhague para lograr acuerdos sobre la disminución de los gases de efecto invernadero. Luego de escuchar las posiciones de la mayoría de los representantes de 193 países, se logró un consenso mínimo, de carácter no vinculante, para salvar al planeta del calentamiento global. En realidad no se convino ninguna reducción de gases sino reunir un total de 10.000 millones de dólares entre 2010 y 2012 por los países ricos (los responsables de más del 90% de las emisiones de CO₂), para que los más vulnerables afronten los efectos del cambio climático, y 100.000

25 Muchos medios de comunicación ofrecen espacios para el tratamiento de informaciones relativas a los nuevos movimientos sociales que abogan por un ambiente más sano para todos, y a la producción de fuentes de energía alternativas –como los biocombustibles– que, pese a las críticas por algunos sectores, pueden contribuir a disminuir el calentamiento global.

millones anuales a partir de 2020 para mitigación y adaptación (el país. com, 2009). La conferencia no tuvo el éxito esperado debido a que las grandes potencias mundiales, así como los países emergentes, no se comprometieron a bajar los niveles de contaminación de sus industrias.

Otra Cumbre de Cambio Climático se llevó a cabo en Cancún (México) a finales del año 2010. Allí se elaboraron documentos en los que reconocen mayores reducciones en emisiones de gases de efecto invernadero, pero no establecen mecanismos para conseguirlo. En Cancún se firmó un Acuerdo que contempla la creación de un “Fondo Verde”, para recoger y distribuir US\$100.000 millones al año hasta el 2020 destinados a apoyar los esfuerzos de adaptación al cambio climático en los países más pobres y facilitar el uso de tecnologías no contaminantes. Asimismo, se convino la creación de un Comité de Adaptación para apoyar a los países que diseñen planes de protección frente al cambio climático y se establecieron parámetros para financiar esfuerzos en la reducción de la deforestación.

La más reciente Cumbre de la ONU sobre Cambio Climático, se celebró en Durban (Sudáfrica) en diciembre de 2011, donde se accedió a negociar un nuevo acuerdo que consistiría en que los 194 países participantes quedarían bajo el mismo régimen legal para que cumplan compromisos de control de gases de efecto invernadero. Vale anotar que sólo las naciones industrializadas tienen como metas la reducción de emisiones, tal y como se contempló en el Protocolo de Kioto, firmado en 1997, y que a propósito fue ampliado en Durban cinco años más puesto que caducaba en el 2012 (Semana, 2011).

La organización Greenpeace criticó fuertemente el Acuerdo, porque no establece normas estrictas globales para una reducción sustancial de los gases de efecto invernadero por Estados Unidos, la Unión Europea, China e India, principales contaminantes mundiales (El Tiempo, 2011). Además, critica el hecho de que no se ha cumplido lo convenido en la Cumbre de Copenhague en 2009, en el sentido de destinar 10.000 millones entre 2010 y 2012 para que las regiones más vulnerables al cambio climático implementen estrategias de adaptación y mitigación.

1.4 Neoliberalismo, globalización y contexto histórico

La década de los 80 se caracteriza por la introducción de políticas neoliberales y por la recesión económica en los países desarrollados, que agudizó la crisis de las naciones dependientes de sus socios comerciales ricos. Estancamiento del crecimiento y altos niveles de inflación, así como una agobiante deuda externa, fueron los síntomas evidentes en el “Sur”. México suspendió el pago de sus compromisos con sus acreedores; Colombia mantuvo una economía estable durante la década, pero la caída del sistema de cuotas del café –con el que se aseguraba un mercado y un precio justo por la libra del grano–, hace que la economía empiece a tambalear en los 90.

Luis Ramiro Beltrán (1993) caracteriza esta década como la más difícil después de la Gran Depresión de 1929: “las exportaciones crecieron a una tasa de menos de la mitad de la de las importaciones, limitando por tanto muy seriamente la participación de la región en el mercado mundial. Altas tasas de interés, fuertes descensos en los préstamos e inversiones privadas, barreras proteccionistas y una considerable reducción en la asistencia externa fueron factores agravantes en concomitancia”. En este periodo aparecen en el escenario los gobiernos de Ronald Reagan y Margaret Thatcher, Presidente de Estados Unidos y Primera Ministra del Reino Unido, respectivamente, quienes impulsan una nueva política basada en la supremacía del mercado, la reducción del papel del Estado en la economía (se da paso al gobierno de las leyes de la oferta y la demanda), el ataque al Estado de bienestar, en particular, a la provisión de servicios sanitarios, educación, agua, energía y transporte²⁶.

26 Al interior de sus países, Thatcher y Reagan defienden el dogma económico según el cual es necesario rebajar los impuestos a los grandes empresarios para que produzcan e inviertan más. El déficit fiscal originado por la baja en el recaudo de los impuestos se suple con el aumento del consumo, el gravamen del mismo y la dinamización de la economía. Para evitar la inflación, el gobierno adopta medidas monetarias como el aumento de las tasas de interés.

Thatcher en Inglaterra basa sus políticas económicas en la privatización de las empresas públicas por medio de la venta de sus acciones entre los mismos trabajadores, medida que fue aceptada por la clase trabajadora. El interés de la Primera Ministra fue el de redistribuir los ingresos con equidad y transparencia, de ahí el éxito de esta política. A Thatcher se le conoció como “La dama de hierro”, porque actuó con firmeza para defender el mecanismo de la privatización, a pesar de la resistencia de los sindicatos, y por la rapidez y capacidad de respuesta que tuvo en la Guerra de las Malvinas.

Reagan implementa lo que se conoce como la ‘*Trickle Down Economics*’ o economía del goteo, que

Los países en desarrollo, por su parte, dedicaban los ingresos por concepto de exportaciones de materias primas –las cuales perdían valor en los mercados internacionales– al pago de la deuda externa, y si querían solicitar empréstitos para apagar la alarma social, el FMI y el Banco Mundial les exigían fuertes ajustes estructurales, como la privatización de empresas estatales, la reducción de subsidios y el aumento en el valor de los servicios públicos. Maggie Black (2003: 59) sintetiza los años 80 como el punto más bajo de la cooperación internacional para el desarrollo.

La recesión en el mundo industrializado, los altos tipos de interés, la crisis de la deuda y la balanza de pagos llovieron sobre los países pobres con consecuencias funestas. Se dejaron de lado los gastos sociales y en su lugar llegó la estabilización y un doloroso ajuste estructural. La ayuda quedó supeditada sin ningún reparo a las agendas de los donantes, a la expansión de la economía mundial y a protegerla del riesgo financiero. El BM y el FMI promovieron una agenda macroeconómica conocida como el Consenso de Washington, que trataba de políticas fiscales y monetarias prudentes, del control de la inflación y de dejar que el mercado regulara las cosas. Sus préstamos globales exigían a los países que recortaran los servicios y redujeran los salarios. Como consecuencia de ello, dejaron sin trabajo a millones de personas. Se hizo hincapié por primera vez en los flujos privados de capital y en crear asociaciones públicas – privadas, lo cual fue una receta para que las empresas y sus aliados obtuvieran beneficios privados y un robo público de la base de recursos y medios de vida de la gente. A partir de 1992 la ayuda llegó al mínimo, 0,25%, porque se pierde el interés de ayudar estratégicamente al acabarse la guerra fría y porque países de la Europa del Este pasaron de donantes a receptores²⁷.

asegura que el dinero que se coloque en el segmento superior de la pirámide económica, tarde o temprano fluirá hacia los niveles inferiores. En la práctica, la idea consiste en disminuir los impuestos a los grandes empresarios, para que tuvieran más incentivos para producir e invertir más. El resultado es que se aumenta el consumo y la imposición tributaria al mismo, para evitar el déficit fiscal por la reducción de los gravámenes a la gran industria. El exceso de dinero circulando se solucionarían con el aumento de las tasas de interés. En síntesis, el manejo de la economía se funda en una actuación por separado de políticas monetarias y fiscales. Reagan bautizó esta estrategia macroeconómica como “Neoeconomics”.

- 27 Otra visión del Consenso de Washington señala que con él se trató de formular un listado de medidas de política económica para orientar a los gobiernos de países en desarrollo y a los organismos internacionales (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y Banco Interamericano de Desarrollo) en la valoración de los avances en materia económica de los primeros, al pedir ayuda a los segundos. El consenso se elaboró para encontrar soluciones útiles sobre la forma de afrontar en la región la crisis de la deuda externa y establecer un ambiente de transparencia y estabilidad económica (Casilda, 2003: 12).

La ayuda internacional tenía como propósito esencial superar el subdesarrollo a través del gasto de dinero. Como compensación, los beneficiados debían ajustar sus políticas a los dictámenes de las naciones donantes. Esa es, pues, la relación que se establece con la ayuda internacional: unos hacen el papel de donantes generosos y otros los de receptores dependientes. Aunque es preciso reconocer que sin la ayuda los problemas del “Sur” hubieran sido más graves, el precio que tuvieron que pagar por recibirla implicó la pérdida de autonomía y el aumento de la dependencia en los órdenes político, económico y cultural.

El desembolso de los dineros buscaba el crecimiento de las economías nacionales de los pueblos receptores, de manera que se incrementara un mercado de consumidores modernos, ávidos de tener las mercancías y servicios del “Norte”. La entrega de los recursos también suponía ajustar el funcionamiento del Estado de acuerdo con las directrices de los países donantes, los cuales supieron conquistar los favores de una clase política cleptócrata necesitada de recursos para mantener su *statu quo* y perpetuarse en el poder.

Las inversiones que se efectuaban en los países receptores, establecidas por su clase dirigente, contemplaron la construcción de grandes avenidas y edificios, la industrialización en detrimento de la agricultura, al igual que el sostenimiento de burocracias, con el propósito de alcanzar la modernidad y parecerse a las ciudades de Occidente, pese a que se hacía a un costo social alto: olvidar que la población reclamaba otra modernidad y servicios básicos, como la educación y oportunidades de empleo²⁸. La ayuda debía tener otras compensaciones por parte de los Estados donantes: la exigencia de lucrativos contratos para sus empresas o la compra –con los recursos que ellos giran– de armas u otros productos.

Estos episodios sucedían con la anuencia del Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y las Naciones Unidas. Estas entidades, que fueron pensadas para canalizar los aportes con base en el criterio de neutralidad, al final reflejaron la ortodoxia, el poder y riqueza imperantes en los asuntos financieros.

Estas políticas neoliberales dieron pie para que los países desarrollados fueron acuñando el término *globalización* y, a la postre, imponién-

28 Una explicación amplia de este fenómeno se encuentra en Néstor García Canclini (2001).

dolo como un cambio “inevitable” en la forma de establecer relaciones económicas entre las naciones, de hacer política y de entender la cultura.

La globalización permite que los países intercambien con mayor facilidad todo tipo de bienes, servicios y culturas, con la asistencia de los medios de comunicación y la movilidad del capital financiero. Pero aunque la liberalización de estos sectores no es nueva –pues desde mediados del siglo XIX hasta la Primera Guerra Mundial el flujo comercial se hizo sin restricción y abarcó importantes áreas del planeta–, en las últimas tres décadas ha adquirido mayor preponderancia.

La globalización que actualmente conocemos es producto de fenómenos económicos, políticos e históricos, pero es innegable su base ideológica sustentada en el *neoliberalismo*. El neoliberalismo parte del *Laissez Faire, Laissez Passer*²⁹ de la Revolución Francesa, expresión que propugna por otorgar libertad a la creatividad humana en todas sus facetas; su evolución teórica se enriquece con los postulados de la Escuela de Chicago en los años 60 y su relevancia práctica ocurre en los 80 con los gobiernos de Reagan y Thatcher.

Actualmente y como resultado de años de aplicación, las ideas sobre las que se sustenta el *neoliberalismo*, son: lo económico prima sobre lo político, de ahí que los gobiernos cada vez tienen menos capacidad de maniobra para dirigir autónomamente sus Estados; el mercado, con su “mano invisible” corrige las asperezas y disfunciones del capitalismo y muy especialmente los mercados financieros cuyos signos orientan y determinan el movimiento general de la economía; la competencia y la competitividad estimulan y dinamizan las empresas llevándolas a una permanente y benéfica modernización; el libre intercambio sin límites, es el factor de desarrollo ininterrumpido del comercio y, por consiguiente, de la sociedad; la mundialización, tanto de la producción manufacturera como de los flujos financieros; la división internacional del trabajo que permite moderar las reivindicaciones sindicales y abaratar los costos

29 Jean Claude Marie Vincent de Gournay, quien fuera nombrado Intendente de Comercio en 1751 por el penúltimo rey de Francia, Luis XV, fue el encargado de derogar todas las normas que en ese entonces limitaban las actividades comerciales. Vincent de Gournay intentó que la monarquía “dejara pasar” por la aduana francesa libremente y sin impuestos los bienes comprados en otros territorios. De igual modo, buscó apoyo en la clase industrial gala cuyas actividades también estaban subordinadas al criterio monárquico sobre las industrias que se podían “dejar hacer” dentro de Francia. Así, la consigna del *Laissez Faire, Laissez Passer* se mantiene hasta nuestros días.

salariales y la moneda fuerte como factor de estabilización (Farré *et al.*: 2001, 24).

Por su parte, los fenómenos económicos y políticos de la globalización tienen origen a mediados del siglo pasado, periodo en el que se empieza a evidenciar un desgaste de los recursos naturales, especialmente en los países desarrollados, situación que se advierte en los estudios del Club de Roma y con la publicación del *Informe Brundtland*; también se observa un estancamiento en el crecimiento económico, por lo que aparecen las críticas a modelos de desarrollo basados en el enfoque keynesiano de la economía (intervencionismo del Estado) como lo son la sustitución de importaciones y el proteccionismo; y después de la Segunda Guerra Mundial se mantiene la tensión por el probable conflicto entre los polos comunista y capitalista.

Para evitar una confrontación entre los dos polos y asegurar que las regiones ricas garanticen un estado de progreso por más tiempo y arrastren con este beneficio a otras regiones en vías de desarrollo, se plantea la eliminación de los Estados Naciones (intercambio comercial sin fronteras mediante nuevos acuerdos arancelarios para la importación y exportación de productos) que en teoría garantizan el crecimiento económico sostenido y facilitan la unificación económica y política (moneda y Constitución Política única para los países miembros, como lo estipula la Unión Europea). Otros bloques se crean en el sudeste asiático, en Norteamérica y Latinoamérica, pero sus relaciones se mantienen asimétricas en relación con los beneficios que deparan a las naciones que eliminan sus fronteras para el intercambio. El hecho histórico de la globalización está inspirado por la caída del bloque soviético y la eliminación del Muro de Berlín en 1989³⁰, eventos que marcan la apertura de los países de Europa del Este a una economía de mercado.

Los aspectos que promueven la globalización tienen, además, diversos ámbitos económicos en los que se manifiesta el fenómeno, con sus correspondientes repercusiones en la situación socioeconómica de los países. Estos son:

30 Es indudable que existieron distintos eventos históricos que marcaron la globalización, pero quizás el más importante para el desarrollo del fenómeno en la década de los 90 hay que estudiarlo a partir de la caída del Muro de Berlín (1989) y del Bloque Soviético (1991).

- *La globalización de bienes y servicios y del capital productivo.* La eliminación de las barreras para el intercambio de mercancías se efectúa a fin de fomentar la competitividad, expandir mercados y alcanzar el crecimiento económico. Aunque estas metas en parte se lograron, los precios que tienen que pagar los países del primer mundo y del tercero son altos. Por un lado, el Occidente industrializado tiene la oportunidad de extender el radio de acción de sus empresas, aumentar sus exportaciones, pero al mismo tiempo que crece la cobertura empresarial, en ellas se presenta el fenómeno de la deslocalización. Es decir, antes sus empresas tenían sede en el territorio de origen, en cambio ahora se trasladan a otras regiones, para aprovechar el abaratamiento de la mano de obra, impulsada por los gobiernos del Tercer Mundo a través de reformas laborales que se traducen en bajos salarios, eliminación de derechos laborales adquiridos, recortes a la seguridad social, contratos a término fijo o por periodos que no superan el año, con o sin posibilidades de renovación.
- La consecuencia inmediata en el “Primer Mundo” es la tendencia de sus gobiernos a asemejar el ámbito laboral del “Sur”, con sus correspondientes repercusiones: disminución real de los salarios, inestabilidad y papel cada vez más protagónico del Estado de bienestar para solventar las carencias de quienes no tienen empleo.
- De lo anterior se deducen las tres principales desventajas de la globalización para los países ricos, según Rodrik (1997 y 1998, citado por Bustelo, 2001:39): (1) modifica la correlación de fuerzas entre los empresarios y los trabajadores en beneficio de los primeros; (2) pone en peligro algunos derechos sociales, como los laborales y (3) hace más difícil para los Estados aumentar los impuestos para financiar los gastos sociales, en razón a la creciente movilidad del capital y del trabajo cualificado.
- El Tercer Mundo, además de la precariedad laboral, tiene que enfrentarse a las compañías extranjeras que, si bien generan empleo, compiten en mejores condiciones de equipos y talento humano, lo que propicia la desaparición o absorción de las pequeñas y medianas empresas locales o la venta de empresas públicas³¹.

31 Los gobiernos de las naciones en vías de desarrollo venden empresas oficiales a multinacionales,

- *Globalización del capital financiero.* Un hecho sin precedentes del capital financiero de tipo especulativo es su movilidad (sin control), cualidad que es impulsada por los medios electrónicos que permiten en fracción de segundos ingresar o egresar dinero rompiendo las barreras de espacio y de tiempo. El inconveniente radica en que no existe control de los Estados sobre esos capitales o cuando se intenta hacerlo para someterlos al régimen fiscal, huyen con mucha facilidad. El efecto es la incapacidad para gravar sus rendimientos, sus ganancias, por tanto, el Estado tiene que virar el control fiscal a la clase trabajadora para poder sufragar los gastos sociales y de inversión en infraestructura. El dinero circula y se invierte de acuerdo con criterios de rendimiento y condiciones favorables para la especulación.
- *Globalización poblacional.* Otro ámbito, a veces descuidado por la ortodoxia económica, es el de la globalización poblacional. En efecto, los flujos migratorios internacionales se hacen cada vez más frecuentes de las regiones pobres hacia los países occidentales. Pero el fenómeno no deja de poseer sus contradicciones. Cuando las economías de estos últimos se encuentran en recesión, las leyes migratorias se hacen más duras para los que quieren buscar nuevas oportunidades de empleo y de mejorar su calidad de vida; pero cuando sus economías se encuentran en expansión se flexibilizan tales leyes para permitir la llegada y regularización de inmigrantes³², la mayoría de los cuales ocupan puestos que no desean los nacionales. La aceptación de estas personas en mercados laborales de occidente se hace para

por considerarlas ineficientes y costosas para su mantenimiento. El costo obedece a que las nóminas son “infladas” por políticos y gobernantes que fundan su elección en el trueque de “votos por asignación de cargos públicos”, aunque estos últimos no se necesiten. La consecuencia es que las empresas estatales tienen que pagar nóminas muy caras a personas que no se requieren y que están allí en contraprestación por favores electorales.

- 32 A raíz del análisis que se suele hacer de la inmigración, ha surgido el concepto de “codesarrollo”. Este concepto se entiende como el intento de vincular positivamente la cooperación al desarrollo con las migraciones (Hidalgo, 2002: 5). Desde una visión social, el “codesarrollo” implica colaborar en la integración de las personas inmigrantes a través de la corresponsabilidad y la contractualización. La corresponsabilidad consiste en el compromiso que asume el Estado de origen con el Estado de acogida para que las inversiones de los inmigrantes estén aseguradas, para que puedan beneficiarse de los frutos del trabajo. El Estado de acogida recibe mano de obra para asegurar el crecimiento económico y el Estado emisor se beneficia con el ingreso de las remesas de dinero. La contractualidad permite legalizar o “regularizar” la situación laboral clandestina de las personas inmigrantes.

evitar que el envejecimiento de la población haga inviable el modelo económico y social. Los efectos de la movilidad de las personas por el Norte son variados: van desde la exclusión - aceptación, hasta el florecimiento de la interculturalidad.

No menos trascendente resulta ser la influencia de los medios de comunicación en el proceso, especialmente con la incursión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), puesto que han agilizado los movimientos comerciales a través de la electrónica y la informática y han creado un mundo sin fronteras, en el que es más fácil acceder a mayores volúmenes de información y a estar en contacto con personas de diferente cultura.

En síntesis, la visión positiva u optimista de la globalización describe un planeta más informado, en permanente contacto y con múltiples opciones para que la gente consuma. En el escenario económico les ha posibilitado a los países, tanto del primero como del Tercer Mundo, acceder a fuentes de crédito, ha consolidado el comercio como acicate del desarrollo y los consumidores han disfrutado de precios más bajos como efecto de la mayor competencia en el comercio internacional (Bustelo, 2001: 39).

La visión negativa o pesimista muestra un mundo en desventaja en el que existe mayor desempleo –o subempleo en el caso de los países de baja renta per cápita- y una creciente pobreza a escala orbital; la reducción del tamaño de las clases medias (oscilan entre descender y, en pocas ocasiones, ascender en la escala socioeconómica); una cada vez mayor inseguridad de ingreso y empleo; aumento en la explotación sin escrúpulos de los recursos naturales no renovables; creación de conflictos internos de naciones por la disputa de la riqueza; el incremento de la marginación de diferentes sectores sociales, y la preminencia de actividades financieras altamente especulativas³³ respecto de las productivas.

33 El año 2008 será recordado por la crisis financiera mundial. Todo se originó con las burbujas inmobiliarias en Estados Unidos que, teniendo como motor la especulación, empujó los precios de las viviendas al alza en forma constante. Ello fue posible a que el Banco Central bajó las tasas de interés para que los compradores de casas tuvieran créditos baratos. A los créditos hipotecarios, denominados *subprime*, accedieron personas con muy poca capacidad de pago, los cuales fueron entregados por los bancos sin medir el evidente riesgo que supone el cambio súbito de la situación económica. Claro está que los concedieron a cambio de tipos de interés más elevados. El problema surgió cuando las tasas de interés que fijan las entidades crediticias comenzaron a aumentar por

Mariona Farré aclara que la concentración de la riqueza y el aumento de la pobreza no sólo se presentan en el “Sur” sino también en el “Norte”, por lo que la preocupación por el tema del desarrollo ocupa a todos en general. La autora agrega que

en la década de los sesenta la población considerada pobre era de unos 200 millones de personas; en la segunda mitad de los 90 está sobre los 2.000 millones. Este proceso de empobrecimiento se produce sobre todo en los países del “Sur”; el continente africano es el más castigado, pero se está produciendo en los países desarrollados, a los que la literatura reciente nombra como *cuarto mundo*, la población desheredada que vive en las grandes ciudades de los países ricos (Farré *et al.*: 2001: 27).

Francisco Aldecoa, por su parte, considera que la globalización se puede entender desde dos enfoques: (1) *como un proceso*, fundamentalmente económico y en menor medida político y social; y (2) *como un discurso*, esto es, como un concepto que se utiliza retóricamente desde el sistema político, la actividad empresarial, los medios de comunicación y los movimientos sociales más dispares, para intervenir en el debate político. El autor analiza el fenómeno *como proceso* y, en consecuencia, establece que si bien la dinámica propia de la globalización económica propicia la liberación del comercio y los flujos de inversión a escala global, la globalización social y política constituye actualmente una realidad mucho menos consolidada. Por eso “no en vano, puede afirmarse, como respuesta a los importantes desafíos planteados por los procesos de restructuración económica que acabamos de esbozar, que están surgiendo dos modalidades básicas de respuesta política a los desafíos de la globalización, a saber: el modelo de gobernabilidad global, y el que se ha dado en llamar nuevo regionalismo (2001: 23 y 24).

El *modelo de gobernabilidad global* se encuentra vinculado al sistema institucional de las Naciones Unidas, y a su red de organizaciones

iniciativa del Banco Central para detener la inflación que se estaba desencadenando por la circulación abundante de dinero, y las familias dejaron de pagar sus compromisos con los acreedores lo cual generó el desplome de los precios de las viviendas, la quiebra de los bancos y, por ende, la caída del valor de sus acciones (Torres, 2009: 45-82). El resultado fue la falta de liquidez de las entidades bancarias y, especialmente, la incapacidad para otorgar nuevos créditos para que empresarios e inversionistas en general los emplearan en la economía real, es decir, aquella que genera empleos, activa el comercio, etc.

y programas de alcance universal, para que a través del *multilateralismo* se pueda hacer frente a los problemas de la sociedad internacional (las relaciones comerciales, la cooperación científica y técnica, los derechos humanos, el medio ambiente, etc.).

El *nuevo regionalismo* surge como respuesta a desarrollos muy dispares en los diferentes contextos regionales, provocados por el sistema mundial capitalista, “que en definitiva consiste en la aceptación de la asignación de recursos a través del mercado como principio organizativo, funcional y normativo” (Aldecoa, 2000: 208). Las respuestas, no obstante, se dan de forma diferente, según el punto de partida y las distintas conceptualizaciones sobre el mercado, el sistema político y la sociedad, y las maneras en que puede concebirse su recíproca articulación. De ahí que se pueda hablar de respuestas a la globalización desde el punto de vista asiático, norteamericano, africano, latinoamericano y europeo. Quizás una característica común del *nuevo regionalismo* es que está dando un giro hacia el concepto de *geosociedad*, “que supone una mayor atención a las dimensiones sociales de la agenda internacional, así como a las posibilidades de reformular la política social en el contexto de erosión del papel del Estado como instancia clave de regulación y gestión” (Aldecoa, 2000: 211).

1.5 El desarrollo humano³⁴

El enfoque del desarrollo humano recalca la necesidad de que las metas de desarrollo se centren en la expansión de las capacidades de la gente, para que puedan llevar a cabo proyectos de manera endógena que mejoren sus condiciones de vida. Este enfoque supone que el estado ideal de mejoramiento de los individuos no implica que se tengan en cuenta sólo variables económicas (más capacidad adquisitiva y, por ende, más consumo), sino también variables que incluyan libertad, una vida larga y saludable y acceso a la educación, entre otras.

34 El enfoque del desarrollo humano se expondrá con más detalle en el siguiente capítulo.

2 El desarrollo humano

En este acápite se presenta una síntesis del tema del desarrollo humano, a partir de los conceptos y definiciones del capítulo anterior y de la revisión y análisis de otros textos. Hemos querido desarrollar estos tópicos mediante los subtemas que a continuación se relacionan, con el ánimo de seguir un orden sistemático.

- *Origen del concepto de desarrollo:* se hace énfasis en que no hay una única definición de desarrollo, puesto que es un concepto que cambia de acuerdo con los fenómenos históricos y los valores sociales predominantes de la época.
- *Evolución del concepto de desarrollo en el periodo 1950-1990:* se describen las variantes y críticas que se le han hecho al concepto de desarrollo económico, desde la postguerra hasta comienzos de la década del 90.
- *La propuesta del desarrollo humano:* se señala en qué condiciones y a través de qué aportes teóricos se modifica la percepción de un desarrollo basado en la adquisición de bienes y servicios a otro sustentado en la promoción de las capacidades humanas.
- *La democracia, sustento del desarrollo humano:* se resalta que la libertad de los individuos es un requisito indispensable para que el enfoque del desarrollo humano pueda ser una alternativa útil a la sociedad.
- *Ética, cultura y desarrollo:* se hace hincapié en que los valores éticos y el concepto de capital social son esenciales para la construcción de un modelo de desarrollo integral.
- *La propuesta del desarrollo local:* se plantea que el desarrollo local se constituye hoy en una alternativa para superar las crisis económicas, el desempleo y los efectos negativos de la globalización.

2.1 Origen del concepto del “desarrollo”

Es fundamental precisar cuál es el sentido del concepto de desarrollo. Ante todo el desarrollo es un concepto histórico, es decir, no hay una definición única por cuanto a lo largo de los años ha ido evolucionando de acuerdo con el pensamiento y valores dominantes en la sociedad³⁵. Queremos significar que el concepto se entiende de una manera diferente hace 50 años a como se comprende hoy, por ejemplo. Sin embargo, lo importante de este fenómeno es conocer su trayectoria para determinar qué elementos han influido para que haya habido distintas definiciones.

Sin el ánimo de simplificar, podemos decir que el concepto de desarrollo alude a la idea de futuro que cada sociedad se propone como objetivo para el conjunto de ciudadanos. Cuando hablamos de futuro estamos entendiendo el desarrollo como una proyección deseable de nuestras vidas en común, por lo tanto, establecemos prioridades que nos van a conducir a un cierto estado de bienestar. Hay sectores que esconden esta dimensión con el fin de imponer la visión según la cual el desarrollo viene determinado por leyes externas, porque son aquellos que resultan favorecidos por el actual estado de cosas y no tienen interés especial en que cambien (Dubois, 2007).

Es normal que el desarrollo se vincule con un estado deseable y legítimo, e inconscientemente se identifica con una percepción positiva. Sin embargo, en algunas ocasiones, en las propuestas de desarrollo subyacen objetivos muy cuestionables que en vez de conducir a un nivel de bienestar justo responden a pretensiones de determinados poderes o minorías.

2.2 Evolución del concepto del “desarrollo” en el periodo 1950-1990

Situar el punto donde comienza la evolución del concepto de desarrollo no es fácil. Sus orígenes suelen ubicarse en los años 50 del siglo pasado durante el proceso de descolonización, por eso se afirma que el concepto,

35 Se suele señalar a Aristóteles como el filósofo antiguo que se preocupó por conceptualizar sobre el desarrollo. En efecto, en la *Ética a Nicómaco*, afirma que “la riqueza no es, desde luego, el bien que buscamos pues no es más que un instrumento para conseguir algún otro fin” (*Ética a Nicómaco*, Libro I, apartado 5 citado por Sen, 2000: 30).

tal y como hoy se entiende, nace después de la Segunda Guerra Mundial. Pero la idea que se identifica con el desarrollo en este periodo no surge de hacerse la pregunta ¿qué debemos hacer?, sino que partió de una doble consideración. Por un lado, se da por sentado que el modelo de desarrollo que se ha de imitar es el de los países industrializados por los resultados obtenidos en el crecimiento de la renta per cápita y en la satisfacción de todo tipo de necesidades (básicas y suntuarias) de gran parte de su población y, por otro, se ponen de manifiesto las débiles estructuras económicas creadas durante la época colonial y la dificultad para que éstas prosperasen.

En resumen, la corriente dominante de la economía del desarrollo postuló que el objetivo era aumentar el volumen de bienes y servicios producidos. El desarrollo, además, se consideraba como un proceso lineal que unos países habían comenzado hacía tiempo, y que otros podían alcanzar si eliminaban con eficacia los obstáculos que se presentaran en el camino. Bajo esta perspectiva, la cooperación al desarrollo adoptó un matiz asistencialista que logró mejorar indicadores en esperanza de vida, alfabetismo, agua potable y saneamiento básico, pero no pudo resolver dos problemas esenciales: la pobreza y la desigualdad.

En virtud de lo anterior, en los años 70 se produce una revisión crítica de los planteamientos ortodoxos. Es la década en la que se cuestionan los planteamientos de los organismos internacionales basados únicamente en el crecimiento económico, se reivindica un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI), se promueven estrategias para redistribuir la riqueza con una clara orientación social y se considera la satisfacción de las necesidades básicas de las personas como una de las metas del desarrollo.

Si bien estas preocupaciones marcaron la década de los 70, en la de los 80 se retorna a posiciones anteriores: se vuelven a delimitar objetivos económicos de crecimiento y equilibrio macroeconómico como la prioridad de la estrategia de desarrollo. El Consenso de Washington hizo eco de las políticas de las organizaciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, que enfatizaban la dimensión económica del desarrollo.

A finales de los 80 empiezan a aparecer respuestas discordantes con las políticas del Consenso de Washington que, como hemos dicho en el

capítulo anterior, supuso fuertes “ajustes estructurales” en las economías en desarrollo. Una primera respuesta fue la que se presentó con la denominación de “ajuste con rostro humano” que planteaba la necesidad de incluir medidas de políticas sociales en los programas de ajuste, y que más tarde se aceptó por los organismos internacionales como “la dimensión social del ajuste”. La UNESCO, por su parte, reflexiona sobre los pilares que pueden sostener un progreso social continuo. En tal sentido, la institución aboga por valorar equitativamente las variables cuantitativas y cualitativas del progreso humano.

A comienzos de los 90 resuenan voces opuestas al modelo económico dominante. En primer lugar, porque se comienza a percibir que la naturaleza, el medio ambiente, no permite cualquier modalidad de desarrollo. El campanazo de alerta ya se había dado en 1972 con las conclusiones del *Club de Roma*, y en 1987 con el informe *Nuestro futuro común* que dio paso a la Conferencia de Desarrollo y Medio Ambiente celebrada en Río de Janeiro en 1992. Desde estas experiencias, al sustantivo “desarrollo” se le agrega el adjetivo “sostenible” o “sustentable”, para connotar que se debe hacer uso racional de los recursos naturales, de modo que puedan ser usufructuados por las próximas generaciones sin extinguirlos o acabarlos.

En segundo lugar, se cuestiona el concepto mismo de desarrollo que la sociedad occidental considera deseable. En pocas palabras, se controvierte el hecho de que en cuanto más bienes y servicios se adquirieran y consumieran y cuanto mayor fuera la actividad económica, mayor sería el bienestar de las personas.

En realidad, las críticas tenían fundamento por cuanto entrados los años 90 se percibía que las estrategias de desarrollo, emanadas del Consenso de Washington en consonancia con las del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, no arrojaban los resultados esperados.

América Latina no experimentaba altas tasas de crecimiento a pesar de que seguía las políticas de los organismos internacionales; la experiencia de África subsahariana y de los países en transición urgían la necesidad de cambios institucionales más profundos para conseguir el funcionamiento de la economía de mercado; era evidente la incapacidad para resolver las crisis financieras internacionales que se habían mostrado con consecuencias devastadoras para los países en desarrollo; y, por último, no se había podido reducir la pobreza.

Estas reflexiones permitieron extraer las siguientes conclusiones, una vez analizadas las experiencias de desarrollo entre 1950 y 1990:

- El desarrollo económico de los países del “Sur” es posible, pero no inevitable. La historia muestra cómo el despegue hacia nuevas cotas de desarrollo se hace posible después de la II Guerra Mundial y la experiencia posterior confirma esa posibilidad. Pero, al mismo tiempo, se advierte que tales procesos pueden quebrarse o revertirse.
- El proceso de desarrollo económico es a la vez multidimensional y altamente no lineal.
- Las reformas impulsadas por el Consenso de Washington orientadas al mercado dedicaron escasa atención a las instituciones y a la complementariedad entre las esferas pública y privada de la economía.
- En última instancia, el desarrollo económico se deriva de una estrategia surgida dentro de casa y no del mercado mundial.
- El desarrollo económico es viable si se tienen en cuenta otras variables como la necesidad de conservar y preservar los recursos naturales.

2.2.1 La propuesta del desarrollo humano

El Programa de las Naciones Unidas, en el marco del sistema de las Naciones Unidas, lanzó a finales de los años 80 el enfoque del desarrollo humano que, a la postre, vino a ser el cambio más significativo en el concepto de desarrollo. El enfoque o paradigma del desarrollo humano critica la economía del desarrollo dominante que se caracteriza por proponer el crecimiento como meta. Para el nuevo enfoque, ése no debe ser el objetivo central, sino uno de sus referentes. Su propuesta supone (1) colocar el centro de la concepción del desarrollo en el proceso de expansión de las capacidades de las personas, de manera que puedan elegir su propio estilo de vida; (2) cuestionar que el desarrollo dependa fundamentalmente de la expansión del capital físico; (3) resaltar la importancia del capital humano; (4) redefinir el desarrollo, pues se cuestiona la medición que se hace del mismo a través del Producto Interno Bruto (PIB³⁶) y la renta per cápita pues no son parámetros suficientes

36 El PIB define el crecimiento de un país como un valor que se calcula al dividir la producción total

para medir variables no cualitativas del progreso, ya que no evalúan la desigualdad y no estudian a fondo otros indicadores no económicos relacionados con el bienestar de la gente. De este modo, remplace la visión del progreso humano centrado en la producción de bienes por otra enfocada en la ampliación de las capacidades de las personas³⁷.

En la elaboración de este nuevo enfoque hay que destacar al premio Nobel de Economía de 1998, Amartya Sen, cuyas críticas al concepto de bienestar basado en la acumulación, o en la opulencia, y su propuesta de un bienestar orientado hacia el ser humano, han tenido amplio eco. De hecho, el desarrollo humano impulsado por el PNUD se inspira en sus aportaciones teóricas, como también en los reclamos del ex ministro pakistaní Mahbud Ui Haq por una mejor redistribución de la riqueza mundial. Esos dos antecedentes han logrado que el PNUD publique *Informes de Desarrollo Humano* desde 1990, los cuales se han convertido en un referente obligado del debate actual sobre desarrollo. La principal aportación del programa ha sido la de presentar una propuesta alternativa a la ortodoxia de las instituciones de Bretton Woods, Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional, quebrando el monopolio que éstas ostentaban en la definición de las estrategias de desarrollo (Dubois, 2007).

Los informes miden el desarrollo de los pueblos, con base en indicadores como la esperanza de vida, mortalidad infantil y otros que se han venido incorporando a los estudios. En los informes se valora tanto el crecimiento económico como el bienestar social, cultural, ambiental y político, y se enfatiza que la visión económica tradicional del desarrollo reduce al hombre a un mero consumidor, elector o productor, sin destacar su dimensión humana.

Al respecto, Malta (1999: 84) destaca que

de un año, para el PIB del año anterior, en la que la fracción que exceda a uno representa la tasa de crecimiento. El ideal con el Producto Interno Bruto es que aumente en una proporción mayor al aumento de la población del país.

37 El enfoque permite que la educación se convierta en un sector fundamental para promover el desarrollo humano, pues se considera que hay un vínculo entre mejora de la calidad de vida (productividad agrícola, salud, empleo) y la calidad y cantidad de formación que reciben las personas. Aunque sigue siendo importante construir edificios, carreteras y plataformas tecnológicas -como lo recomiendan los planificadores y técnicos mundiales-, también lo es formar adecuadamente a las personas para adaptarlas a las nuevas realidades económicas, políticas y culturales.

el error está en buscar un crecimiento a ciegas (inclusive a ultranza, a como dé lugar, a cualquier costo). O bien hay una confusión en cuanto a creer que el crecimiento económico es el fin tras el que hay que ir para alcanzar el desarrollo. Y como resultado de esta trastocada visión del desarrollo es que aun cuando se haya observado crecimiento económico, en realidad se obtiene una especie de falso desarrollo-enajenante, a partir de que en aras del crecimiento se acepta pagar un costo excesivamente alto en destrucción de culturas y sufrimiento humano, creación de miseria, etc. Un costo en desempleo y pobreza. De modo que ahora con el enorme progreso tecnológico, que aumenta la productividad, son observables muchos países con un enorme crecimiento económico, pero que a su vez esconden un aumento de la miseria, la pobreza y el desempleo.

Durante mucho tiempo la pregunta crucial en torno al desarrollo había sido ¿cuánto produce una nación? Ahora el interrogante es otro: ¿cómo está la gente? Según nuestro parecer, el concepto de desarrollo también entraña la potenciación de las capacidades humanas (todo lo que puede hacer el sujeto en su vida de modo que le satisfaga y contribuya al crecimiento propio sin atentar contra la sociedad), de manera que le permita al individuo reconocerse y ser reconocido como un sujeto de valor. En este sentido los aportes que se hacen en el Informe de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), resultan relevantes. Para el PNUD³⁸ el desarrollo humano significa:

Crear un entorno en el que las personas puedan hacer plenamente realidad sus posibilidades y vivir en forma productiva y creadora de acuerdo con sus necesidades e intereses. Los pueblos son la verdadera riqueza de las naciones y, por ende, el desarrollo consiste en la ampliación de las opciones que ellos tienen para vivir de acuerdo con sus valores. Por eso el desarrollo significa mucho más que crecimiento económico, el cual solamente constituye un medio, aunque muy importante, para ampliar las opciones de la población. Un elemento fundamental para la ampliación de esas opciones es el desarrollo de la capacidad humana, es decir, las múltiples cosas que la gente puede hacer o

38 Los trabajos del Premio Nobel de economía, Amartya Sen, sobre la economía del bienestar, sirvieron de base teórica para la elaboración del primer Informe de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en 1990. Según este enfoque, las tres prioridades individuales son: vivir una vida larga y saludable, tener una educación que permita elegir entre distintas posibilidades vitales y disponer de unos recursos económicos mínimos que permitan satisfacer las necesidades materiales más apremiantes (Sánchez *et al.*, 2003: 20).

ser en la vida. Las capacidades esenciales para el desarrollo humano son vivir una vida larga y sana, tener conocimientos, tener acceso a los recursos necesarios para alcanzar un nivel de vida decoroso y poder participar en la vida de la comunidad. Sin ellas sencillamente no se dispone de muchas opciones ni se llega a tener acceso a muchas oportunidades que brinda la vida (PNUD, 2001: 11).

Sin embargo, promover el desarrollo humano y sostenible en la situación actual implica lidiar con estructuras de poder del Tercer Mundo caracterizadas por copiar modelos de las naciones industrializadas, que dejan a pequeñas élites en plena modernidad occidental a costa de sacrificar mejores condiciones de vida para la mayoría. Esta es una de las dificultades actuales que entorpece la promoción de un progreso endógeno y sostenible³⁹. Para Amartya Sen, premio Nobel de Economía, este obstáculo se puede superar siempre que haya cambios profundos en las políticas económicas y se le dé libertad a la gente para que participe activamente en la toma de decisiones. Por tanto, para Sen desarrollo es libertad y para lograrlo se necesita...

la eliminación de las principales fuentes de falta de libertad: la pobreza, además de la tiranía; las escasas oportunidades económicas, además de la privación social sistemática; el abandono de las instalaciones públicas, además de la intolerancia o hiperactividad de los Estados represivos. Sólo cuando estas libertades estaban aseguradas era posible que la gente viviera de una manera productiva que les permitiera potenciar su propio desarrollo social más ampliamente (citado por Black, 2003: 156).

Otra de las dificultades por las que atraviesa el desarrollo, agrega Black, es que el término se ha confinado sólo al contexto económico, lo que reduce su interpretación a una correlación de variables macroeconómicas. De ahí que resulte muy fácil eludir lo que realmente les está ocurriendo a los pobres, y refuerce la impresión de que las fórmulas para salir del subdesarrollo sólo las tiene el paradigma económico clási-

39 En este caso, la participación ciudadana es importante no sólo porque supone reorganizar el poder sino porque tiene unas características de gestión, administración y recuperación de los costos muy útiles. La mayoría de los proyectos comunitarios han dado los frutos esperados en términos de impacto social y racionalización de recursos, gracias a que se han llevado a cabo con criterios de descentralización, capacitación y democratización, cualidades imprescindibles para que el desarrollo sea eficiente, efectivo, equitativo y sostenible.

co defendido y promovido por el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional. Este paradigma muchas veces no se adapta a la realidad de los países del Tercer Mundo, por cuanto no tiene en cuenta sus economías tradicionales ni las estrategias que les permiten producir sus medios de sustento presentes y futuros.

El desarrollo debe ser un proyecto común que se gesté desde los mismos países, con la participación de sus ciudadanos sin ninguna distinción. Ellos deben verse como sujetos y no como objetos de un proceso que implica mejorar sus condiciones de vida, con base en sus necesidades, expectativas y cultura, y no como grupos a los que el progreso les llega inyectado desde fuera, con la visión particular de planificadores y banqueros. Por eso la definición de desarrollo según la *Comisión del Sur*⁴⁰ (fundada en 1987 bajo la presidencia del presidente de Tanzania, Julius Nyerere), cobra valor porque propone una perspectiva más integral y humana del progreso:

El desarrollo es un proceso que permite a los seres humanos desarrollar su potencial, fortalecer la confianza en sí mismos y llevar vidas dignas y plenas. Es un proceso que libera a la gente del miedo a la miseria y a la explotación. Es un movimiento alejado de la opresión política, económica o social. La independencia política adquiere su verdadero significado por medio del desarrollo. Y es un proceso de crecimiento; un movimiento que surge fundamentalmente de la sociedad que se está desarrollando... La base para el desarrollo de una nación deben ser sus propios recursos... El desarrollo tiene que ser, por lo tanto, un esfuerzo de y para la gente. El verdadero desarrollo tiene que centrarse en la gente. *The Challenge of the south*, de la south comisión, OUP, 1990. Citado por Black (2003:172).

El desarrollo así concebido recupera la dimensión de futuro y de creatividad humana, pues es una aventura no escrita, llena de tensiones, en la que hay que decidir qué bienes y servicios se desean, por qué son importantes, quiénes deben ser los beneficiarios de los mismos, etc. Ade-

40 La Comisión Sur se creó con el fin de proponer alternativas de desarrollo para los países no industrializados. La función primordial de la Comisión consistió en entregar un informe en el que un grupo de especialistas propuso políticas de desarrollo autónomas para las naciones del "Sur" fuera del marco impuesto por las organizaciones internacionales y los países del "Norte". La iniciativa fue promovida por el Primer Ministro de Malasia, Mahathir Mohamad, quien convenció al antiguo presidente tanzano Julius Nyerere para que apareciera como autor epónimo del documento (Rist, 2002: 228 y 229).

más implica tener una concepción ética de cuál es la vida que se quiere construir, cuáles son las relaciones que se consideran más apreciadas. En definitiva, supone incorporar la preocupación por la justicia, porque sin justicia difícilmente puede hablarse de un desarrollo realmente humano.

2.2.2 La democracia, sustento del desarrollo humano

Si el desarrollo humano es la potenciación de las capacidades del hombre, la democracia funge como el desarrollo humano en la esfera de lo público, esto es, con un sistema democrático aumentan las oportunidades de carácter colectivo para el mejoramiento de la calidad de vida.

Desde ese enfoque se invalida la presunción según la cual cuando los regímenes autoritarios suprimen los Derechos Humanos y realizan otros “sacrificios” democráticos al coartar los derechos políticos y civiles, estos actos son necesarios en las primeras etapas del desarrollo. Amartya Sen (2001: 75) argumenta que existe un vínculo entre el fortalecimiento de los derechos políticos y civiles con la prevención de desastres sociales mayores. Es decir, la promoción y protección de esos derechos es un elemento fundamental para reorientar políticas inadecuadas de los gobiernos o, en casos más extremos, sirven para frenar acciones estatales que perjudican a la mayoría de los ciudadanos.

En una obra posterior, Sen (2007: 49 y 50) recalca, por una parte, que la valoración de los derechos democráticos son elementos consustanciales del desarrollo y, por tanto, “no tienen que ser justificados a la luz de su contribución indirecta al crecimiento económico”, puesto que ciudadanos sin libertad –sean ricos o pobres- evidentemente carecen de un elemento fundamental para mejorar su vida. Por otra, el Premio Nobel de Economía de 1998 asegura que no existe una relación negativa –empíricamente comprobable- entre democracia y crecimiento económico, pues algunos regímenes autoritarios, aunque ordenados y con un alto nivel de organización, no son causa directa de crecimiento económico. Más bien, los estudios económicos recientes apuntan a que los gobiernos respetuosos de las libertades ciudadanas son un insumo relevante para alcanzar altas cuotas de bienestar porque está de por medio el tema de la seguridad humana, en el sentido de que la democracia dota de capacidades políticas a la población vulnerable para que pida

cuentas a los gobernantes y les exija asumir responsabilidades cuando han cometido errores⁴¹.

En este contexto el concepto de democracia se revalora, sin limitarse a su concepción electoral, con el fin de abarcar la democracia ciudadana y la democracia social. Se entiende la *democracia ciudadana* como la facultad que tiene el ser humano de participar y decidir en los temas que le afectan directamente, así como de obtener equidad en la administración de justicia, poseer prensa libre, derecho a la información y reclamar protección contra la discriminación. La *democracia social* contempla la satisfacción de las necesidades básicas (salud, educación) y el cumplimiento de la dimensión integradora (empleo, distribución equitativa de los recursos).

Sólo la triada democracia electoral, ciudadana y social permite que las personas que carecen de un mínimo nivel de bienestar y sufren las injusticias de la desigualdad, puedan reclamar, movilizarse y elegir en defensa de sus derechos. Por eso la democracia y el desarrollo humano guardan un propósito común: mientras que el desarrollo humano propugna por potenciar las capacidades del hombre, la democracia es la forma política que asegura ese objetivo. Por el contrario, cuando la gente carece de un sistema democrático asume comportamientos informales o, a veces, contra la ley, porque son las únicas alternativas que el Estado le ofrece para satisfacer sus expectativas individuales y colectivas. En este caso el Estado es incapaz de solventar esas demandas por escasez de recursos, por estar reducido a burocracias cuyas acciones son colonizadas por intereses privados⁴² que no mantienen relación con el interés común o por falta del apoyo popular.

Estas carencias se reflejaron en el libro *La democracia en América Latina*, publicado por el PNUD. Según el documento, ha existido un debate incompleto en torno al Estado:

“En los últimos tiempos, el tema del Estado se ha reducido, a la hora de la

41 Sen (2007: 49), ilustra el poder protector de la libertad con el “hecho de que no haya habido alguna hambruna de importancia en un país democrático con medios de comunicación relativamente libres”.

42 Los intereses privados están representados por empresas nacionales o, en el ámbito de la globalización, por capitales transnacionales que escapan del control fiscal con la misma rapidez con que invierten en los países del “Sur”.

discusión y las propuestas públicas, a cuestiones relacionadas con su capacidad burocrática y su estructura de gastos y recursos, es decir, la cuestión del déficit fiscal. Ha quedado fuera de la discusión la existencia de Estados con legalidades trucas, incapaces de monopolizar la coerción, carentes del poder necesario para llevar a la práctica el mandato electoral y que, en general, han encontrado serias dificultades para cumplir su crucial responsabilidad de construir democracia” (PNUD, 2004a: 50).

En un Estado, como lo contempla la Comisión de Derechos Humanos de la ONU, se debe velar por el cumplimiento de los derechos a una gestión pública democrática, entre los cuales figuran: el derecho a la libertad de opinión y de expresión, de pensamiento, de conciencia y de religión, de asociación y de reunión pacíficas; a la libertad de investigar y de recibir y difundir informaciones e ideas por cualquier medio de expresión; el imperio de la ley, incluida la protección jurídica de los derechos, intereses y seguridad personal de los ciudadanos y la equidad en la administración de la justicia, así como la independencia del poder judicial; el derecho al sufragio universal, así como a procedimientos libres de votación y a elecciones periódicas libres; a la participación política, incluida la igualdad de oportunidades de todos los ciudadanos para presentarse como candidatos; a instituciones de gobierno transparentes y responsables; el derecho de los ciudadanos a elegir su sistema de gobierno por medios constitucionales u otros medios democráticos; y a tener acceso, en condiciones de igualdad, a la función pública en el propio país.

2.2.3 Ética, cultura y desarrollo

La economía ortodoxa ha indicado que para alcanzar altas cotas de desarrollo los países del “Norte” y del “Sur” deben tener bajos niveles de inflación y tener un crecimiento económico sostenido, aunque la experiencia ha demostrado que no son suficientes para el logro de un desarrollo integral. Otros aspectos como la cultura y la ética han sido tradicionalmente excluidos de los debates en torno al progreso y avance social, a pesar de que la evidencia empírica ha demostrado que son esenciales para crear prosperidad en armonía con el medio ambiente y las prioridades de la gente.

De hecho, al término “desarrollo” se le ha incorporado la expresión “endógeno” para enfatizar que las metas de mejoramiento social y su

cumplimiento deben partir de la potenciación de los rasgos culturales de cada comunidad. Esta premisa invalida aquellas presunciones según las cuales existen culturas superiores e inferiores y, por ende, el camino que deben seguir las naciones “atrasadas” es el de copiar las pautas culturales de regiones que han llevado prosperidad económica a sus ciudadanos. Esta última presunción -como ya se ha expresado en un capítulo anterior- ha sido controvertida y superada por el enfoque de la multiplicidad/otro desarrollo, la teoría de la dependencia y, especialmente, por la realidad socioeconómica de los países que siguieron esas pautas después de la Segunda Guerra Mundial y que al final no alcanzaron a superar la pobreza y reducir la desigualdad.

La cultura, como lo indica Kliksberg (2007: 265), está relacionada con el capital social. Este último concepto tiene varias interpretaciones pero cada una de ellas apunta a la necesidad de que el trabajo en equipo, los valores éticos y el civismo sean incorporados a la personalidad de los ciudadanos para crear un desarrollo integral. El capital social, primero, tiene que ver con la confianza que depositan los seres humanos entre sí para comerciar, crear empresa, realizar trámites, de modo que se evite el conflicto y consecuentemente los costos que implica solucionar los problemas con demandas, abogados, etc. Segundo, el capital social hace referencia a la capacidad de asociación de las personas para crear lazos estrechos de solidaridad⁴³ y cooperación⁴⁴, que les permita vivir en comunidad y resolver dificultades primarias y secundarias. Tercero, el capital social mantiene un vínculo con la conciencia cívica, es decir, la forma en que la gente actúa frente a todo lo que es de interés común, como respetar las señales de tránsito, cuidar los bienes públicos, entre otras acciones. Cuarto, también supone el seguimiento de unos valores éticos construidos y compartidos por una sociedad.

43 Es importante destacar los trabajos del profesor Jesús Martín Barbero (1987) respecto a las mediaciones y los estudios culturales, y la forma como resalta las “viejas solidaridades” presentes en los colectivos latinoamericanos.

44 Un ejemplo de cooperación es la de los emigrantes de los pueblos latinoamericanos y africanos, los cuales envían dinero desde Norteamérica y Europa para solventar las carencias de sus familiares en salud, educación y en otras áreas. Los emigrantes tienen que realizar los trabajos más penosos en esos continentes en virtud de las pocas oportunidades que les ofrecen sus países de origen. Aun así, ahorran una parte de sus ingresos para enviar remesas sin las cuales sus parientes tendrían más dificultades para llevar una vida digna.

La ética en el desarrollo es una disciplina reciente que se preocupa por recuperar los valores en la economía, puesto que la experiencia en algunos países ha demostrado que la equidad en la distribución, el acceso a la salud y la educación de calidad por todas las capas sociales, los bajos niveles de corrupción, el pago oportuno de los impuestos por empresarios y una reacción sólida y decidida por los ciudadanos y el Estado para rechazar el afán de lucro fácil, inmediato e ilegal, son contribuciones esenciales para que una nación mantenga unos estándares de vida humanos y sostenibles, tanto en épocas de vacas gordas como en las de vacas flacas. Lamentablemente, la ética ha sido vista como una disciplina que estudian y promueven las Organizaciones No Gubernamentales para el desarrollo (ONGD), las iglesias, los centros educativos, pero no la economía que se dedica supuestamente a aspectos técnicos.

Kliksberg (2007: 267) cita el ejemplo de los países escandinavos donde tienen un desarrollo cultural en el que la corrupción es inadmisiblemente como comportamiento social, de ahí que siempre estén liderando los primeros puestos de Transparencia Internacional⁴⁵ como naciones con una corrupción inexistente o de baja presencia, y con bajos niveles de desigualdad⁴⁶. En otras regiones la corrupción se ve como un acto de “viveza criolla” o como una “oportunidad” que no hay que desaprovechar, porque se ha instituido como un comportamiento tolerable, que hace parte de una conducta normal en la administración pública y en los negocios.

De modo análogo, desde la cultura y los medios de comunicación de algunos países también ha hecho carrera una serie de cuestionables racionalizaciones sobre el desarrollo. Una de ellas apunta a que la pobreza se ha visto como un fenómeno natural, aceptado por un orden divino, cuando la realidad es que puede disminuirse o paliarse. Otra racionalización, muy extendida en Norteamérica, consiste en ver los pobres como perdedores, esto es, como personas que no supieron aprovechar

45 Transparencia Internacional es una organización que establece el ranking de países con más y menos corrupción. En realidad se aplican algunos instrumentos, como encuestas, con los que se mide la percepción de este fenómeno por algunos colectivos de cada país estudiado.

46 Los Informes de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) sugieren que la disminución de la desigualdad está directamente vinculada con la disminución de la pobreza. El coeficiente de Gini, a propósito, se encarga de la medición de la desigualdad en los países del orbe y aparece en estas publicaciones del PNUD.

las oportunidades de éxito y riqueza que les dispensaba el sistema, cuando en realidad fue el mismo sistema y el afán de lucro desmedido del sector productivo el que obstaculizó las posibilidades de prosperidad. Y encontramos una tercera racionalización que niega toda posibilidad de asistencialismo aun cuando haya población vulnerable cuya vida no depende exclusivamente de tener un empleo sino de una atención permanente y asistida del Estado, como es el caso de las madres cabezas de hogar y de los minusválidos.

Existen otros imaginarios muy controvertidos desde el ámbito socioeconómico, repetidos por los medios de comunicación sin mayor reflexión y contexto, como aquéllos que justifican las privatizaciones de los servicios públicos básicos, y la premisa según la cual es necesario hacer más ricos a los ricos para que sus beneficios lleguen a las clases de bajos ingresos a través de la inversión en infraestructura y empleo, pese a que este ha sido un modelo al que se le han encontrado muchas inconsistencias. En todo caso, estas posiciones han alimentado el surgimiento de corrientes de pensamiento desde la ética de los medios de comunicación que abogan porque los periodistas informen adecuadamente sobre el desarrollo y la pobreza⁴⁷.

En síntesis, la ética del desarrollo plantea la urgencia de que los valores y principios sean nuevamente incorporados a la economía para que el desarrollo traiga prosperidad material de la mano con un orden social más justo. No implica sólo la aplicación de sanciones o la promulgación de normas que castigan comportamientos contrarios a la legalidad y la ética, puesto que cada país de hecho tiene un repertorio muy amplio de leyes que muchas veces no se cumplen, sino la creación de una conciencia cívica que lleve a las personas a actuar voluntariamente en contra de la corrupción, los negocios ilícitos o la desigualdad en la distribución de la riqueza.

47 Un catálogo de recomendaciones para informar sobre esos es elaborado por Aznar (2005: 124-126). En tal sentido, el autor sugiere que los mensajes de los medios de comunicación deben evitar las imágenes que generalizan y esconden la diversidad de las situaciones; las imágenes idílicas (que no reconocen la realidad tal y como es verdaderamente, incluso si no es siempre bella de confesar) o de “aventuras” y exóticas; las imágenes acusadoras (prejuicios); las imágenes que subrayan la superioridad de algunos sectores de la población o de otros países; y las imágenes miserabilistas o patéticas. En su lugar se debe potenciar la comunicación que ponga de relieve las complejidades históricas y actuales de las situaciones, las diferencias y peculiaridades de los países y las culturas, los esfuerzos y las dificultades reales de estos pueblos, así como los progresos realizados para alcanzar el desarrollo endógeno y sostenible.

2.2.4 La propuesta del desarrollo local

Desde finales de los años 70 del siglo pasado se ha venido creando el enfoque del Desarrollo Local (DL) como respuesta a la ineficacia de las políticas basadas en el crecimiento económico y el asistencialismo. Como puede notarse, este enfoque es anterior al enfoque del desarrollo humano, aunque hoy los dos corren en forma paralela y complementaria en la globalización.

El DL es un proceso que propicia el crecimiento y el cambio estructural “mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, para elevar el bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, nos encontramos ante un proceso de desarrollo local endógeno” (Cepal, 2001: 21). La hipótesis de partida consiste en que las localidades pueden aprovechar sus propios recursos (institucionales, humanos, económicos y culturales), muchos de los cuales se encuentran ocultos o invisibilizados, para enfrentar el desempleo y las crisis económicas, así como los efectos nocivos de la globalización, por medio del diseño de estrategias consensuadas por diferentes actores. Se trata, entonces, de potenciar los recursos que se encuentran en un territorio, en un momento histórico, para descubrir la senda del desarrollo competitivo, siempre que se cuente con un sistema productivo capaz de generar economías de escala⁴⁸ y de introducir innovaciones (Vásquez Barquero, 2000). El *territorio* se concibe no como un mero espacio funcional en el que se llevan a cabo actividades o se asientan objetos o procesos económicos sino como un lugar dinámico vinculado a un sistema de relaciones económicas y políticas, con una vocación productiva y una identidad política, social y cultural.

Este nuevo enfoque del desarrollo se constituye en una propuesta alternativa al modelo de desarrollo exógeno que comenzó a hacer carrera desde los años 50 y 60, caracterizado por impulsar el crecimiento mediante la industrialización y la concentración de la actividad productiva y estimular la creación de grandes plantas industriales localizadas en

48 La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a un menor costo, es decir, a medida que la escala de producción en una empresa crece, sus costos por unidad se reducen.

centros urbanos, desde donde los mecanismos del mercado distribuyen la riqueza hacia las regiones periféricas.

Según Vásquez Baquero (2000), el paradigma de desarrollo local endógeno⁴⁹ comparte con el modelo exógeno el que el aumento de la productividad y, por tanto, el crecimiento económico, se producen por economías externas influidas por “las economías de escala en la producción, la introducción de innovaciones por parte de las empresas líderes y el flujo de la mano de obra excedentaria desde las actividades tradicionales a las modernas”. Sin embargo, se diferencia del modelo de los años 50 y 60 en que el desarrollo se puede generar en distintos puntos y no solamente en las grandes urbes, en que los sistemas locales también pueden crear crecimiento y cambio estructural y en que la sociedad civil y el sistema de valores sociales pueden ejercer un control creciente sobre los procesos de desarrollo. En este último aspecto cabe anotar que el desarrollo económico local le concede gran importancia a la gestión que pueda hacer la sociedad civil y las instituciones públicas y privadas, para impulsar el progreso de abajo hacia arriba, articular lo social con la actividad económica y armonizar los procesos de crecimiento económico y distribución de la riqueza, según las necesidades y pretensiones de las localidades.

Para el funcionamiento de experiencias en DL se requieren fundamentalmente cinco dimensiones: *económica*, en la que los empresarios utilizan de forma eficiente los recursos para aumentar la producción, generar economías de escala y mejorar la competitividad en los mercados; *sociocultural*, en la que los valores, las instituciones locales, el sistema social y económico se articulan armónicamente para la consecución del desarrollo; *política y administrativa*, que promueve un entorno local favorable para la producción y el desarrollo; *formación de recursos humanos*, en la que el sistema educativo consensua con los emprendedores locales la oferta de formación que se ajuste al sistema local de producción; y *ambiental*, que trata de revalorar y aprovechar las condiciones ambientales del territorio en el marco del desarrollo sostenible. De acuerdo con

49 Aunque Sergio Bosier (2005) señala que los adjetivos “endógeno”, “sustentable” y “humano” sólo crean redundancias al acompañar el sustantivo “desarrollo”—puesto que hacen parte consustancial al concepto—, preferimos incorporarle la palabra “endógeno” para destacar que el progreso parte de las fortalezas internas de cada pueblo.

Vásquez Baquero (2000) y Albuquerque (2004) existen aspectos que facilitan el impacto positivo del Desarrollo Económico Local para que cumplan con la función de mejorar las condiciones de vida de la población. Entre los aspectos que facilitan estos procesos se cuentan:

La difusión de las innovaciones y del conocimiento: un aspecto clave para la transformación y la renovación del sistema productivo es la introducción de las innovaciones y el conocimiento, puesto que la acumulación de capital es acumulación de tecnología y conocimiento. Las innovaciones pueden ser tecnológicas si se orientan, primero, al perfeccionamiento de los procesos con la adquisición de nuevos equipos, instalaciones, la inclusión de mejoras en la línea de producción, control de la calidad y la informatización y, segundo, al mejoramiento del producto con la utilización de nuevos materiales, mejoras en diseño y diversificación de productos, creación de marcas, certificación de calidad y control ambiental. Otro tipo de innovación es el de gestión, que involucra mejoras en la flexibilidad y eficiencia productiva, cualificación de recursos humanos, acceso a redes de información y optimización de la relación con los proveedores. Por último, las innovaciones sociales e institucionales que deben contribuir la promoción de actividades innovadoras, a la descentralización de decisiones sobre innovación y a la difusión de buenas prácticas. Los distintos actores tienen como misión, concertar las inversiones necesarias para promover las innovaciones e impulsar al sector educativo a perfeccionar los procesos de formación en las áreas específicas que requiera el sistema productivo local.

La organización flexible de la producción: un requisito para aumentar la productividad y competitividad de las economías locales es la organización del entorno en el que se establecen las relaciones entre las empresas, los proveedores y los clientes. En este contexto, la empresa tiene que responder con eficacia a los retos que le plantea el entorno con la introducción oportuna de las innovaciones. La flexibilidad también implica establecer redes de cooperación con otras empresas para incrementar el acervo de conocimientos sobre los mercados, optimizar los recursos y, de esta forma, ser más productivos y competitivos. El recurso humano tiene que formarse y adaptarse a los cambios y ajustar sus pretensiones laborales de acuerdo con las realidades locales, sin perder el sentido de compromiso y pertenencia hacia el territorio donde la organización desa-

rolla su actividad económica. Las administraciones locales, igualmente, deben flexibilizar sus competencias funcionales, financieras y humanas si desean gestionar el desarrollo económico local con eficiencia.

Desarrollo, cultura y sociedad: las empresas están fuertemente influenciadas por las relaciones socioculturales del territorio. De manera que si se cuenta con un modelo de sociedad en que se premia el esfuerzo, se respeta la ética del trabajo y la capacidad emprendedora goza de reconocimiento social, todo ello tributa para el buen funcionamiento de los mercados locales y la capacidad de respuesta de las comunidades frente a los desafíos de la competitividad y las innovaciones tecnológicas.

Descentralización: La forma como se organiza el Estado, sea en forma unitaria o federal, influye notoriamente en el surgimiento y expansión de experiencias de desarrollo económico local. Sin embargo, por la naturaleza de los objetivos que persigue este paradigma se presume que si los Estados promueven la descentralización administrativa, al mismo tiempo se está potenciando las capacidades de los diferentes actores locales para la creación e implementación de políticas endógenas de desarrollo.

Desarrollo económico local y globalización

El desarrollo local se constituye en una alternativa para sobrevivir en la globalización, toda vez que aprovecha los recursos de las pequeñas localidades (financieros, humanos, económicos, culturales) para competir en mercados cambiantes, gobernados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación que son las que impulsan el transporte rápido y vertiginoso de los capitales y las mercancías.

El neologismo de Roland Robertson, el término “glocal”, sintetiza la interacción entre las economías locales y la globalización: piensa global y actúa local (para la empresa) y piensa local y actúa global (para el territorio). Lo que este juego de palabras supone es que impulsar el DL no implica necesariamente blindarse ante la influencia externa, sino, más bien, fortalecer las competencias de la localidad para interactuar de una manera más fecunda y provechosa para todos en los ambientes competitivos nacionales e internacionales.

No se puede perder de vista, igualmente, que la globalización es un fenómeno vinculado con el territorio, en el sentido de que “no sólo

afecta a las naciones y países, sino, sobre todo, porque la dinámica económica y el ajuste productivo dependen de las decisiones de inversión y localización de los actores económicos y de los factores de atracción de cada territorio” (Albuquerque, 2006). Así, el desarrollo local busca potenciar las capacidades del territorio mediante un enfoque endógeno, que le permita a las empresas locales participar activamente en la globalización para no sufrir las consecuencias negativas de este fenómeno como la inequidad y la crisis ambiental.

El enfoque endógeno fortalece las actividades encaminadas a lograr el desarrollo desde abajo y no sólo desde arriba como ocurre con aquellos territorios orientados a buscar el progreso desde el paradigma exógeno. En el enfoque convencional, “desde arriba” se toma el crecimiento económico como guía y se monitorea con la maximización de la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto. La generación de empleo depende, entonces, del ritmo del crecimiento económico. En este enfoque, la estrategia de desarrollo se basa en el apoyo externo contemplado en inversión extranjera, ayuda exterior y subsidios sociales. Estos últimos empleados para mitigar la crisis social producida por la incapacidad del sistema de distribuir los beneficios de la actividad económica a toda la población. La tesis definitiva del enfoque convencional estriba en que la difusión del crecimiento parte del dinamismo de los núcleos centrales (grandes ciudades con aglomeración de grandes fábricas).

El enfoque de desarrollo, “desde abajo”, se ocupa por la satisfacción de las necesidades de la población, para lo cual fomenta los emprendimientos productivos que redunden en la atención de las necesidades esenciales. Procura la mejora del empleo y de las relaciones laborales con la consecución de acuerdos salariales que se ajusten a las fortalezas y limitaciones de la actividad económica local, junto con el mejoramiento de la distribución del ingreso y la sostenibilidad ambiental. Las estrategias se orientan a potenciar los recursos endógenos sin renunciar a las oportunidades externas, optimizar sistemas productivos locales, fomentar la creación de nuevas empresas y estimular un mayor control del proceso de desarrollo por los actores locales. A esto va unido el impulso de iniciativas de desarrollo mediante el fortalecimiento de los gobiernos locales y el diseño territorial de las políticas de fomento productivo.

Francisco Albuquerque (2004) destaca dos argumentos para des-

tacar las ventajas del enfoque endógeno, “desde abajo”, frente al exógeno, “desde arriba”. El primer argumento señala la heterogeneidad del sistema económico mundial en el que sólo algunos segmentos productivos de cada país están insertos en el circuito de la globalización, mientras que otros lo hacen en forma limitada o nula. Y el segundo indica que las micro, pequeñas y medianas empresas tienen un protagonismo esencial para mejorar los indicadores económicos de los países, tal es el caso de las que se encuentran en América Latina y el Caribe, las cuales conforman el 96% de las empresas existentes y explican el 57% del empleo formal en la región.

Conexiones entre el desarrollo local y el desarrollo humano

El desarrollo local –como ya se ha dicho– surge con anterioridad al desarrollo humano, pero ambos enfoques se constituyen en una alternativa al modelo económico tradicional que concibe el crecimiento de las economías como el fin último hacia el cual deben dirigirse los esfuerzos para la consecución del desarrollo y del mejoramiento de la calidad de vida.

El desarrollo local es un proceso en el que los actores locales, desde su territorio y con las herramientas que provee la propia cultura, pretenden superar la crisis económica, el desempleo y las consecuencias nocivas de la globalización, con el diseño de estrategias conjuntas de actuación y el aprovechamiento de sus recursos. En tanto que el desarrollo humano busca promover las capacidades de las personas para que en un ambiente de sana libertad puedan mejorar sus condiciones de vida en indicadores como la salud, la educación, los ingresos, entre otros.

El análisis detallado de los dos enfoques permite encontrar puntos en común aunque el surgimiento de los dos haya sido en fechas diferentes. Uno de los puntos comunes es la atención de las necesidades de la gente, antes que preocuparse exclusivamente por mantener en abstracto el equilibrio de las variables macroeconómicas. El que una persona o un grupo, sin ninguna distinción, acceda a educación y salud de calidad, goce de un sistema judicial que lo ampara y participe con criterios de equidad en la distribución de la riqueza de su país, podemos decir que está transitando hacia el desarrollo. Desde esta perspectiva, podemos inferir que ambos enfoques resaltan el recurso humano como eje motriz

del progreso, y no como simples beneficiarios del mismo cuando es promovido por los grandes capitales y la visión de planificadores y tecnócratas. De esta forma, se evita la estrategia del asistencialismo⁵⁰, utilizada con frecuencia por la cooperación al desarrollo, con la que se satisfacía temporalmente una necesidad, pero no se creaban competencias en las personas para que continuaran con el proceso en forma sostenible.

El mejoramiento de la calidad de vida no pasa exclusivamente por la dimensión económica –que en el enfoque convencional sugiere el aumento periódico del PIB–, aunque también hace parte de las metas para alcanzar el desarrollo si tiene en cuenta otras dimensiones: la libertad, la democracia, la participación, el acceso a la educación y la salud de calidad, la equidad de género, entre otras.

Los dos enfoques buscan recuperar, fomentar y fortalecer los valores sociales como la cooperación, la solidaridad, las alianzas, la participación democrática y la ética, puesto que son componentes claves para el desarrollo. También lo son el respeto, la conservación y la preservación del medio ambiente, ya que permiten que los recursos que hoy provee la naturaleza sean aprovechados sosteniblemente por las generaciones venideras.

50 No queremos desconocer las bondades del “asistencialismo” cuando se trata de asistir a personas que se encuentran en condiciones de vulnerabilidad extrema. Indicamos que el “asistencialismo” es inapropiado cuando se aplica en forma generalizada y permanente, sin ofrecer alternativas de empleo al conjunto de la población.

SEGUNDA PARTE:
Enfoques y crítica a la
comunicación para el
desarrollo

3 Enfoques teóricos de la comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo o para el cambio social es un campo de la comunicación que se preocupa por mejorar las condiciones económicas, políticas y culturales de las personas, empleando la tecnología (radio, televisión, internet) y los procesos de comunicación interpersonal y grupal (Miguel de Bustos, 2007: 159). De este modo, la comunicación se concibe como la producción y recepción continua de mensajes para promover el cambio social mediante la generación de nuevos conocimientos que permiten solucionar problemas de diversa índole.

La comunicación así concebida adquiere otro cariz, pues no se limita sólo a informar sino a poner en común, participar e intercambiar sentimientos y actitudes. En el ámbito del desarrollo implica una actividad dialógica en la que dos o más interlocutores promueven transformaciones legítimas en las formas de percibir y actuar en el mundo complejo de hoy, con base en la realización compartida de diagnósticos sociales, la planificación y la ejecución de acciones sustentadas en una amplia y permanente participación de los beneficiarios⁵¹.

En el Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo, realizado en Roma, Italia, del 25 al 27 de octubre de 2006 se estableció que la comunicación para el desarrollo “es un proceso social basado en el

51 Claro está que, como afirma Javier Erro (2002: 12), también puede existir *información subdesarrollada* entendida como “aquella idea de información que es fruto de las formas simples, maniqueas y monolíticas de interpretar la realidad, y que se corresponde con la que hemos heredada de la sociedad moderna”. Erro quiere significar que la comunicación no se puede reducir a la transmisión de información, puesto que el comunicar implica el encuentro rico y fructífero de culturas, dignidad o construcción de una ciudadanía universal.

diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Tiene que ver con buscar un cambio a distintos niveles, lo que incluye escuchar, crear confianza, compartir conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender, a fin de lograr un cambio sostenido y significativo. No se trata de relaciones públicas o comunicación empresarial (Gumucio, 2011)”.

En esta definición subyace la intención de comprender este campo de la comunicación como un proceso dialógico en el que los participantes aprenden de la interacción y buscan estrategias para realizar transformaciones sociales positivas. Este enfoque no se reduce a lo que se ha denominado “responsabilidad social empresarial” o, en un sentido más amplio “comunicación organizacional”, actividades con las que la empresa posiciona su marca en una comunidad y/o región, con un interés fundamentalmente mercantil, mediante la ejecución de proyectos sociales.

Entre tanto, los enfoques teóricos de la comunicación para el cambio social han surgido por la dinámica misma de las teorías del desarrollo. En ese sentido, los enfoques que han hecho carrera en los últimos 50 años han sido, primero, el que promueve la capacidad de los medios para cambiar las opiniones de la gente mediante la introducción de nuevas ideas (difusionismo) y, segundo, el que incorpora la participación activa de las personas en todo el proceso de cambio y, en especial, en el uso de los medios de comunicación (modelo participativo) (Chaparro, 2002: 59-60). De modo análogo, ubicamos un enfoque híbrido, el de la UNESCO, que establece la planificación de la comunicación como requisito indispensable para la capacitación en franjas educativas que conduzcan a transformar positivamente la realidad social (comunicación de apoyo al desarrollo).

En este epígrafe, además, se encuentran (1) los fundamentos del Nuevo Orden Informativo Mundial (NOMIC); (2) la influencia de la década de los 80 en la comunicación para el desarrollo; (3) la participación en el entorno del nuevo comunicador; (4) la evaluación de la comunicación para el desarrollo; y (5) las principales áreas de desempeño del comunicador para el desarrollo, las cuales se aplican tanto en el Tercer Mundo como en el Primero.

3.1 El enfoque difusionista

Este enfoque es congruente con la mencionada teoría de la modernización⁵². El líder de los postulados del difusionismo es Everett Rogers, quien señala que el “rol de la comunicación es (1) transferir innovaciones tecnológicas desde las agencias de desarrollo a sus audiencias, y (2) crear una predisposición para el cambio a través del logro de un clima de modernización entre los miembros del público” (Rogers, 1986: 49, citado por Servaes, 2000: 15). Este es un planteamiento evidentemente elitista o vertical de arriba abajo, puesto que la tarea de alcanzar el desarrollo la deja en manos de los expertos y el progreso sólo está garantizado cuando los receptores del mismo aceptan la transferencia de los beneficios.

El enfoque, que parte del modelo de transmisión predominante en la década del 50 elaborado por los ingenieros Shannon & Weaver, define a la comunicación como un proceso de transmisión de una cantidad fija de información (McQuail 2000: 95). La comunicación también se expresa como un proceso lineal que deja de ser mecánico y netamente tecnológico al agregársele al sistema el componente del entorno social, donde interactúan los demás elementos (emisor, mensaje, canal, receptor). El modelo de transmisión se impuso por encima de otros modelos provenientes de la psicología y la sociología. Los intelectuales que lo desarrollaron fueron Lasswell, Hofland, Newcomb, Schramm, Westley y Mcean.

La proliferación de modelos de comunicación en la época se debe a varias razones: (1) porque los teóricos concibieron la comunicación como un proceso de transferencia de información (el estímulo) y eran partidarios de la metodología empírica, con lo cual se establecían las bases de la comunicología como una ciencia distinta y legítima. (2) Los teóricos se centraron en estudiar los efectos de la comunicación (la respuesta) o control de los receptores de acuerdo con unos intereses previos. Y (3) los modelos se crean con base en la naturaleza y comunicación mediática, a la cual dotaban de un poderoso sistema de seducción de las masas.

En síntesis, los estudios de este periodo se enfocaron en compren-

52 La teoría de la modernización se expuso en la primera parte de este libro.

der los efectos de la comunicación y sus medios sobre la gente. De ahí que la teoría de la “aguja hipodérmica”, que plantea que los medios de comunicación de masas a través de sus contenidos (propaganda), son capaces de producir los efectos deseados en las personas (Wolf, 2000:11-12), se convertiría en una rápida y eficiente solución a múltiples problemas sociales.

En los años 40, durante las elecciones presidenciales en Estados Unidos, Lazarsfeld y otros teóricos de la comunicación, crearon la idea del *flujo de comunicación en dos pasos*, inspirado en el modelo de transmisión. Lazarsfeld, junto a otros autores, consideró que si bien los medios de comunicación eran un arma potente para convencer al electorado sobre las virtudes de un candidato, la comunicación interpersonal era más influyente para que el elector votara por un determinado aspirante a la presidencia o a otro cargo de elección popular.

En otras palabras, la comunicación mediática aún se catalogaba importante para convencer, sin embargo, sus efectos y potencialidades se limitaban cuando una persona o un líder de opinión bien informado entraban en contacto con la gente menos activa políticamente para persuadirla de adoptar una idea o una innovación. Esta situación dio pie para extraer dos conclusiones: (1) que la población estaba dividida entre los que participan activamente (líderes) y los que lo hacen pasivamente (seguidores) y (2) que existe un flujo o influencia en dos pasos antes que un contacto directo entre “estímulos” y “respuestas”.

Everett Rogers (1962 y 1976 citado por Servaes 2000: 18) concibe a los *media* como grandes impulsores de un *proceso de difusión y adopción de innovaciones culturales*. Su propuesta, que se funda en la investigación sociológica de sociedades agrarias, consiste en que es posible alcanzar la modernización siempre que los individuos transiten de un modo de vida tradicional a otro más complejo y tecnificado. Esto se logra a través de la difusión y adopción de innovaciones basadas en la planificación y sistematización de todos los procesos.

Otros enfoques también contribuyeron a la progresión del modelo difusionista desde los planos psicológico, institucional y tecnológico. *En el plano psicológico* la perspectiva conductista o psicosocial de la comunicación y la modernización se interesan por estudiar los valores individuales y el cambio de actitudes. La intención fundamental es que

mediante un estímulo adecuado las personas modifiquen sus actitudes, esto es, el cúmulo de creencias que una persona dispone de un objeto o de su semejante.

Daniel Lerner (1958, citado por Beltrán, 1993) aporta a este enfoque el concepto de *empatía*, definido como la capacidad que tiene una persona de verse en el papel de otra. Esa proyección resulta trascendental para que un individuo abandone hábitos tradicionales y asuma comportamientos y estilos de la sociedad moderna. El pensamiento de Lerner fue seguido por Wilbur Schramm, quien sostuvo en 1962 que los medios masivos de comunicación, desde el *plano mediático e institucional*, eran capaces de contribuir a que el Tercer Mundo lograra en pocas décadas lo que los países occidentales habían logrado en varios siglos: evolucionar de una sociedad tradicional atrasada a una sociedad próspera y moderna.

Para Schramm los *Mass Media* son multiplicadores eficaces de ideas que permiten la movilidad de un estadio tradicional a otro moderno. A los medios masivos de comunicación los compara con instituciones influyentes como la escuela y la industria y considera que ellos, en combinación con el contacto cara a cara, coadyuvan al logro de indicadores económicos y sociales.

En el *plano técnico y tecnológico* se encuentra el enfoque tecnológico determinista⁵³, el cual le da un carácter instrumental y autónomo a la tecnología frente a la cultura y un efecto causal sobre la sociedad. El grado de influencia que ejerce sobre la sociedad se mide con base en los conceptos de poder (capacidad de influir y dirigir la audiencia hacia una opinión y conferir legitimidad a actores y contenidos), integración (capacidad para aumentar y reducir el grado de control y conformidad social) y cambio (influencia que tienen los medios en las transformaciones sociales, en consonancia con el poder y la integración).

El modelo difusionista es contemplado en Latinoamérica como una tipología más de la comunicación para el desarrollo. Este modelo es denominado *comunicación de desarrollo* en el que los medios de comunicación crean una atmósfera pública favorable al cambio, requisi-

53 También se encuentra el enfoque contrario, el del *indeterminismo tecnológico*, el cual sostiene que la tecnología está incrustada en la cultura y la sociedad y, por tanto, no tiene autonomía frente a la cultura ni es causa determinante del cambio social.

to fundamental para que las sociedades transiten rápidamente de una sociedad tradicional a una moderna, gracias al progreso tecnológico y al crecimiento económico. En estas condiciones, los países en vías de desarrollo deben superar una serie de etapas que les permita acceder, por medio de la asimilación y adopción de ideas, a una fase evolutiva más próspera (Contreras, 2000).

Algunas experiencias que se enmarcan en el modelo difusionista tuvieron éxito a finales de la década de los 40, especialmente en Colombia y en Bolivia. En Colombia el sacerdote Joaquín Salcedo creó en 1948 una pequeña y rudimentaria estación de radio llamada *Radio Sutatenza* para que los campesinos de un pueblo andino escucharan la doctrina católica y pudieran ser alfabetizados. Esta iniciativa pronto se convirtió en "*Acción Cultural Popular (ACPO)*", institución dedicada a la educación no formal a distancia y al desarrollo rural. La estrategia didáctica consistía en la audición colectiva y el debate de programas, con el apoyo de materiales impresos y de un voluntariado local capacitado.

En Bolivia y en el mismo año, los sindicatos de trabajadores mineros crearon varias emisoras de radio con el propósito de denunciar sus malos salarios y condiciones laborales, así como los atropellos estatales. Los mismos trabajadores eran quienes tomaban el micrófono y producían sus propios contenidos, los cuales reivindicaban la libre expresión. Pese a la represión militar, estas radios, que tuvieron mayor auge a partir de 1952, fueron pieza clave para impulsar reformas en el país, como la instauración del voto universal, la reforma agraria y la nacionalización de la minería del estaño.

Pero a pesar de esas experiencias positivas las críticas al enfoque difusionista no se hicieron esperar, toda vez que en los años 70 el tan esperado desarrollo/modernización nunca llegó sino que se profundizaron las desigualdades sociales en las naciones del Tercer Mundo. Si bien se menciona el trabajo en Colombia y Bolivia como resultados loables, otras acciones similares no dieron los resultados esperados pese a una notable inversión de recursos provenientes de las naciones industrializadas. Esta situación fue desvelada principalmente por los teóricos latinoamericanos y alcanzó su clímax tras la crisis del petróleo en 1973 –acontecimiento histórico ya citado–, la cual repercutió negativamente en el orden económico y social de las naciones industrializadas y no industrializadas.

En América Latina, principalmente en los años 60, los impulsores de la *teoría de la dependencia* señalaban que aunque el continente había superado la época colonial, donde las naciones europeas ejercieron un dominio territorial para la extracción de recursos naturales, los medios masivos de comunicación actuales contribuían a fomentar la dependencia ideológica y cultural, a través de la imposición de contenidos elaborados tendenciosamente por los emisores.

Según Chaparro (2002: 57-58), el modelo difusionista cimentado en las perspectivas clásicas de comunicación lineal fracasó ampliamente de la mano de un modelo desarrollista invasor que no atendía a las realidades locales y generaba una relación de dependencia. Las teorías difusionistas, además, hacen caso omiso de las relaciones jerárquicas internas existentes en sociedades que no responden a los estímulos culturales dominantes y condicionan la decisión de adoptar las propuestas innovadoras desde intereses y pareceres bien diferentes.

Para la UNESCO, este enfoque conserva una visión limitada de la comunicación pues le da un carácter vertical y unilateral y, en cierta medida, trasgresora de las tradiciones culturales y sociales de las comunidades, lo que impide que las personas tengan la oportunidad de enterarse mejor, de preguntar, de conocer las causas y de participar en la concepción y puesta en práctica de ideas que presumiblemente van a lograr el bienestar social.

3.2 El enfoque participativo

El enfoque participativo incorpora los conceptos del enfoque *multiplicidad/otro desarrollo*⁵⁴, tiene el punto de mayor aceptación y avance durante la creación de los Países No Alineados (PNA) y entra en crisis momentáneamente durante el colapso de los años 80. El enfoque resalta la importancia de las *identidades culturales* y promueve la participación del receptor en el proceso de comunicación en todos los niveles: internacional, nacional, local e individual.

Este enfoque, que plantea la transformación de los elementos del proceso de la comunicación al incorporar a “los interlocutores” en rem-

54 El enfoque de la *multiplicidad/otro desarrollo* se presentó en la primera parte de este libro.

plazo del tradicional “Emisor” y “Receptor”, ha sido construido a través de las distintas prácticas y experiencias de comunicación para el desarrollo. Así, el elemento “interlocutor” supone una interacción dialéctica entre los dos sujetos del proceso comunicativo, lo que en los modelos tradicionales se denominan emisor y receptor, a fin de construir conjuntamente un mensaje/conocimiento para la solución de los problemas sociales.

En la literatura sobre la comunicación para el desarrollo se encuentran fundamentalmente tres vertientes del paradigma participativo. La primera, la que corresponde a la propuesta pedagógica del brasileño Paulo Freire; la segunda, referida al proyecto liberalizador de Nyerere y, la tercera, que tiene que ver con la comunicación como herramienta para la planificación de acciones sociales propuesta por la UNESCO.

Las tres vertientes coinciden en que el enfoque difusionista no es capaz por sí solo de combatir efectivamente las causas del subdesarrollo si no toma en consideración la participación de la gente en todo el proceso de creación, puesta en marcha y evaluación de iniciativas de progreso social. El desarrollo se entiende no exclusivamente desde la perspectiva económica sino que abarca otras facetas del ser humano como las espirituales, educativas, de salud y recreación. En este caso “la participación presupone un proceso horizontal, en el cual los grupos locales examinan y deciden el orden de prioridad en materia de desarrollo, y sugieren el modo de llevarlo a la práctica” (Berrigan, 1981: 12).

Freire desde su exilio en Chile, al tiempo que condenaba la educación tradicional “bancaria” (es decir, limitada sólo a transferir contenidos a una mente supuestamente “vacía” y manipuladora de los individuos para mantener el *statu quo* de un minoría), proponía una *pedagogía del oprimido* para el autodescubrimiento a través del diálogo libre y la “concienciación” orientada hacia la emancipación y la democracia. La educación para el pedagogo brasileño es un proceso que posibilita que la gente dé a conocer sus necesidades, las priorice y brinde soluciones para satisfacerlas. El ciudadano medio no era para Freire una hoja en blanco esperanzado en que alguien le escriba “conocimientos” sino una persona pensante, con capacidad para tomar sus propias decisiones para el bien propio y el de su comunidad. A partir de estas ideas, los medios de comunicación fungen como espacios en los que los ciudadanos pueden

descubrir sus anhelos más profundos, darlos a conocer y estimular su realización con base en la unión con otras personas, y en la utilización racional de los pocos recursos de que se dispongan.

Nyerere, por su parte, enfatiza que el rol de la educación es crear hombres libres, que posean el control de sí mismos, de tal modo que les permita superar situaciones de dependencia, adaptarse y aprovechar el entorno y no sentirse víctimas de él. En cambio, la postura de la UNESCO es el resultado de la interpretación del artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, según el cual “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”, y del convencimiento de que la planificación de la comunicación es indispensable para asegurar parte del éxito de los programas de desarrollo.

Los argumentos a favor de la planificación de la comunicación ya fueron expuestos por Hancock (1981). Este autor sostuvo, primero, que los recursos comunicativos, especialmente los de los *media*, son comparables con otros recursos materiales y humanos; segundo, que estos recursos son potencialmente significativos dentro del proceso del desarrollo, como actividades económicas, sociales y educacionales; tercero, que como tales estos recursos se beneficiarían de un enfoque planificado e integrado; y cuarto, que las metodologías y estructuras son necesarias para promover esta integración.

La UNESCO considera que el enfoque participativo de los medios masivos adopta la forma de la comunicación comunitaria, puesto que implica a los sujetos receptores en todo el proceso de producción de contenidos. Esta implicación, según la Reunión de Belgrado en 1977, se basa en tres aspectos: acceso, participación y autogestión.

El *acceso* significa un acercamiento mayor a los sistemas de comunicaciones, bien sea en el nivel de la elección (disponibilidad para adquirir los materiales mediáticos y que sean transmitidos de acuerdo con la escogencia y selección de los interlocutores⁵⁵), como en el de la

55 En el ámbito de la comunicación participativa para el desarrollo se suele reemplazar al emisor y receptor, por interlocutores, a fin de sugerir –como ya lo hemos dicho– una comunicación horizontal y equitativa entre los dos elementos del proceso comunicativo.

retroacción (posibilidad de mantenerse en contacto permanente con los productores y que éstos acaten las sugerencias y críticas de la audiencia).

La *participación* involucra la intervención del público en la producción (producir programas y tener ayuda profesional en algún momento), en la adopción de decisiones (influir en el contenido de los programas y duración de los mismos) y en la planificación (intervenir en la planificación local, regional y nacional de las políticas de comunicación de servicio público).

La *Autogestión* es la forma más adelantada de participación. En este caso, el público tiene la facultad de adoptar decisiones en las empresas de comunicación, e interviene plenamente en la formulación de los planes y políticas de comunicación.

Para Luis Ramiro Beltrán (1995, citado por Contreras, 2000) el modelo participativo posibilitó la construcción de la *comunicación de apoyo al desarrollo* y la *comunicación alternativa para el desarrollo democrático* en América Latina.

La *comunicación de apoyo al desarrollo*, en el marco de la propuesta de la UNESCO, establece que la comunicación planificada y organizada –sea o no masiva– es una herramienta clave para la realización de proyectos de desarrollo y, por ende, para la consecución de metas sociales (Beltrán, 1995, citado por Contreras, 2000). Este enfoque de la comunicación se afianzó en América Latina y fue rescatada teóricamente por Luis Ramiro Beltrán. Este mismo autor afirma que cientos de proyectos financiados por organismos internacionales europeos y norteamericanos, empleando el sistema de las Naciones Unidas, se aplicaron en los países del Tercer Mundo en campos tan diversos como salud, educación, agricultura y demografía.

El enfoque se basó en los modelos de Wilbur Schramm y Daniel Lerner. Ambos académicos aportaron tanto a la problemática de la comunicación de desarrollo (difusionismo) como a la problemática de la comunicación de apoyo al desarrollo (planificación). A pesar de que algunos resultados fueron los esperados, este enfoque chocó con la triste realidad de los años 70 en los países en vías de desarrollo, en la que se agudizaron los problemas socioeconómicos en la región, al igual que en otras naciones “atrasadas” o “adelantadas” como consecuencia de la crisis del petróleo.

Beltrán (1993) cita experiencias positivas de *comunicación de apoyo al desarrollo*. Una de ellas se concentró en Chile y luego en Perú con el respaldo de la FAO, consistente en el uso del video para la educación campesina no formal y dentro de los procesos de reforma agraria. La UNESCO y el PNUD respaldaron a los Ministerios de Educación de los países andinos en el diseño de un proyecto para utilizar programas televisivos por satélite para la difusión y mejoramiento de programas educativos en el aula y a distancia. Lamentablemente esta iniciativa nunca llegó a materializarse.

La Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos de América (USAID) apoyó el uso de la televisión como instrumento para una amplia reforma educativa en El Salvador. También ayudó a mejorar la calidad de la enseñanza de las matemáticas en las escuelas nicaragüenses y aplicó estrategias a otras necesidades educativas en República Dominicana, por medio de la radio interactiva. Esta misma agencia se hizo presente en Honduras, Costa Rica, Brasil y Colombia con el apoyo de programas de salud y nutrición a través de contenidos radiales.

La Fundación Adenauer de Alemania colaboró en la creación de la Asociación Latinoamericana de Televisión Universitaria (ALATU), con sede en Lima; en tanto que la Fundación Ford, junto con la Federación Internacional de Paternidad Planificada, contribuyó a establecer y poner en marcha en Costa Rica el Centro Regional para la Capacitación de Especialistas en Comunicación sobre Población (CIACOP). México empleó la televisión para la educación secundaria a distancia. Colombia aplicó este medio de comunicación a la básica primaria, así como al mejoramiento de la labor docente, y usó la radio para la educación secundaria

La *comunicación alternativa para el desarrollo democrático* tiene como función “expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base. Así, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos, y el gobierno de la mayoría” (Contreras, 2000). Esta definición enfatiza el carácter igualitario y democrático de los medios de comunicación al propiciar espacios para que el público intercambie roles y se convierta en emisor activo. Esa implicación del receptor (interlocutor) debe llevar al mejora-

miento de las condiciones de vida de la población no sólo en el aspecto económico sino también en términos cualitativos, como la salud, la educación, la espiritualidad.

Rafael Roncagliolo (1999: 265, citado por Chaparro, 2002: 66) sitúa a los medios alternativos en la época en que en América Latina había un claro monopolio estatal de los *mass media* en las dictaduras militares, y agrega que hoy es más propicio hablar de medios alterativos que alternativos. Alterativos porque suponen esfuerzos para alterar la realidad social en una región como Latinoamérica en permanente conflicto y con evidentes síntomas de desigualdad. El énfasis como medios alternativos o alterativos de la comunicación para el desarrollo alcanzó metas en el orden práctico, institucional y teórico, pero la lucha persiste para globalizar políticas de acceso democrático a los *media*.

Asimismo son valiosos los aportes del Mario Kaplún, quien diseñó una estrategia para establecer un diálogo a distancia entre los miembros de cooperativas campesinas de Uruguay, basándose en el uso de foros transmitidos por casete.

En el Brasil se puso en circulación lo que se denominó “prensa enana”: pequeños periódicos volantes que denunciaban los atropellos de las dictaduras militares y exigían el retorno a la democracia. Allí también se creó la red de canales de televisión educativa más grande de la región.

En Bolivia grupos de personas arrendaron espacios radiales en emisoras comerciales para dar a conocer y estimular proyectos como microempresarios. Ellos se dirigieron a la audiencia en su lengua nativa, el *aimara*, lo cual edificó una iniciativa democrática y popular.

En países como República Dominicana, Honduras y Ecuador la radio del pueblo se expandió y experimentó mejoras. Colombia, Venezuela y Costa Rica recurrieron a los medios de comunicación para llevar educación a distancia a comunidades marginadas.

En Cuba millares de voluntarios con el apoyo de transmisiones radiales se movilizaron para pedir mejoras en la educación y en la salud. En Chile se formalizó la organización del Movimiento del Nuevo Cine Latinoamericano, mientras que en México se realizaron esfuerzos para que la telenovela sirviera como recurso didáctico para campañas de planificación familiar y promoción de la salud y la nutrición (Beltrán, 1993).

Otras acciones similares son citadas por Chaparro (2002: 41-42): trabajos de concienciación colectiva contra las dictaduras en el Brasil, llevados a cabo por el colectivo brasileño TV Viva o la ONG boliviana CEFREC (Centro de Formación y Realización Cinematográfica), que mantiene con su solo esfuerzo el Plan Nacional Indígena Originario de Comunicación Audiovisual, destinado a divulgar y preservar la cultura de los pueblos originarios. En Europa, específicamente en Alemania y Suiza, se utilizó videocasetes comunitarios para la difusión de información política que motivara debates y opinión pública.

En el orden institucional, la década de los 70 observó el nacimiento de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), la cual se constituyó con la unión de 18 emisoras católicas que se encargaban de alfabetizar en el campo. Hoy cuenta con sedes en la mayoría de estos países para el trabajo de comunicación para el desarrollo en varias líneas de acción. En este mismo periodo se creó la Asociación de Periodistas Latinoamericanos que aglutinaba a trabajadores de la prensa de la región y la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Estas tres entidades se caracterizaron por la defensa de los intereses de la comunicación y la participación democrática.

Igualmente surgió el Instituto Latinoamericano de Estudios Internacionales (ILET), que realizó un análisis crítico de las comunicaciones internacionales que afectaban a la región. En Colombia, Chile, Argentina, Venezuela y Ecuador abrieron una nueva era de actividad: la educación, la producción y la investigación de la recepción activa y crítica de los mensajes de los medios de comunicación, sobre todo de la televisión.

En el orden teórico, hacia mediados de los años 80 se reorientó la investigación en comunicación para abordarla desde la perspectiva democratizadora que caracterizaba a la época. En este sentido fueron valiosos los aportes de investigadores de América Latina, algunos de los cuales fueron verdaderos pioneros de los estudios de comunicación en sus países de origen, y otros constituyeron la Asociación de Periodistas Latinoamericanos de Comunicación.

De este grupo se destacan el semiólogo Eliseo Verón quien analiza los discursos sociales en los *mass media*, al tiempo que estudia el papel de la educación en Argentina. Su compatriota, Héctor Schmucler, funda la revista *Comunicación y cultura*, órgano que analiza los fenómenos

políticos del continente desde diferentes ámbitos, entre ellos desde la comunicación.

En Chile el sociólogo Patricio Biedman, se caracterizó por su activismo político en pro de la democracia. Armand Mattelard, académico belga con numerosas investigaciones en Chile y en otros países de Latinoamérica, es conocido por sus estudios culturales, sus análisis de los discursos y su interpretación de la economía política de los medios.

En Venezuela los periodistas Oswaldo Carriles, Luis Aníbal Gómez, Eleazar Díaz Rancel, Eduardo Santero y Elizabeth Safar se convierten en los pioneros de la investigación desde el análisis de los medios hasta el estudio de políticas públicas de comunicación. Además, son activistas políticos que reclaman gobiernos realmente democráticos en su país.

En Brasil, José Marques de Melo, es catalogado como el intelectual que adelanta estudios significativos en torno a la comunicación.

En lo relativo a la lucha por conseguir políticas democráticas para el acceso y participación en los *mass media*, ha habido varios antecedentes. Uno de ellos tuvo origen en Venezuela cuando el entonces presidente Carlos Andrés Pérez intentó crear un Consejo Nacional de Cultura (CONAC) y el Instituto Estatal para la Radio y Televisión Educativas y Culturales (RATELVE), pero no tuvieron éxito debido a la fuerte oposición de las empresas privadas de medios y publicidad.

La UNESCO llevó a cabo en 1974 en Bogotá un encuentro de expertos latinoamericanos con el propósito de proveer las bases para una cumbre intergubernamental sobre el tema de las políticas democráticas para los *media*. Los expertos recomendaron diseñar políticas para facilitar el acceso de la gente a los medios masivos y el uso de éstos en programas educativos y culturales. Así mismo, criticaron a los monopolios privados y estatales de comunicación y, como consecuencia de ello, los grupos criticados lanzaron una campaña internacional de desprestigio de este movimiento para atenuar la magnitud de sus propuestas.

No obstante, la UNESCO logró organizar en Costa Rica en 1976 el encuentro sugerido en Bogotá dos años atrás, donde dirigentes de varios países firmaron una declaración de democratización de la comunicación y se dieron a conocer 30 recomendaciones para que cada país formulara y aplicara la política integral que considerara adecuada a sus circunstan-

cias particulares (Beltrán, 1993). Estas loables intenciones no se cristalizaron en ninguna de las naciones latinoamericanas participantes a causa de la presión de empresarios privados y del fuerte monopolio estatal de los medios, que en muchos de los casos recaía en dictaduras militares o en gobiernos *de facto*.

3.2.1 Nuevo Orden Informativo Mundial (NOMIC)

En 1976 el grupo de Países No Alineados expresó su intención de crear un Nuevo Orden Informativo Mundial (NOMIC), derivado del ya propuesto Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI).

La Asamblea de las Naciones Unidas apoyó esta iniciativa mediante asesorías técnicas, realizadas por una delegación de la UNESCO. Los teóricos latinoamericanos fueron los impulsores de este proyecto que coincidió con las críticas que se le venían haciendo al modelo de la modernización. Las críticas provenían de los defensores de la teoría de la dependencia y de la multidimensionalidad/otro desarrollo y de aquéllos que señalaban a Estados Unidos como el promotor del imperialismo cultural, pues argumentaban que esta nación invadía los medios de comunicación del Tercer Mundo con los contenidos de su industria cultural.

Hubo varios encuentros y reuniones de expertos en diferentes regiones del planeta a fin de establecer los principios y estrategias del NOMIC. Fue en Túnez, con ocasión de un simposio de los Países No Alineados sobre información, donde nació la idea de un Nuevo Orden Informativo Mundial, para luego oficializarse en la Conferencia General de Nairobi, en 1976.

Los proponentes y oponentes de esta iniciativa discutieron en torno a los desequilibrios existentes entre los países industrializados y en vías de desarrollo por los recursos de comunicación y la libertad de prensa. Para atenuar la confrontación, la UNESCO decidió nombrar la Comisión McBride -en honor a su secretario general irlandés Sean McBride, fundador de Amnistía Internacional- integrada por expertos en distintas áreas. Dieciséis personalidades hicieron parte de la comisión, entre ellas estaba el economista chileno Juan Somavía y el escritor colombiano Gabriel García Márquez, quienes entregaron un documento

en el que establecen las bases para un orden informativo y comunicativo más equitativo. El informe estipula la eliminación de los monopolios, de la concentración de medios y de los desequilibrios en el campo de la comunicación. Propende por la difusión democrática de las ideas y autonomía y libertad de prensa para los profesionales de los medios de comunicación; por la promoción de la capacidad de los países en vías de desarrollo para dotarse de mejores infraestructuras de transmisión; por el respeto a la identidad cultural y por los derechos de los grupos étnicos.

El documento recibió críticas desde *dentro* y desde *fuera*. Desde dentro, las naciones subdesarrolladas consideraron que no ofrecía una profunda reflexión teórica, no describía con claridad el origen de la desigualdad informativa y comunicativa y no ofrecía luces sobre cómo avanzar por un orden más equitativo. Desde fuera, las naciones industrializadas lo cuestionaron por ir demasiado lejos en la denuncia de la concentración y del control de la información (Miguel de Bustos, 1996: 16-17), lo que, según éstas, iba en contravía de la libertad de expresión. Pero pese a las críticas, todos los planteamientos se condensaron en una recomendación aprobada por la Conferencia General de la UNESCO, realizada en Belgrado, consistente en la aprobación del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) para aumentar la cooperación y la ayuda a favor del desarrollo de las infraestructuras de comunicación.

La trascendencia del NOMIC fue disminuyendo por varios factores: la falta de solidaridad y cooperación “Sur – Sur” y la decisión de algunos de estos países de priorizar sus relaciones internacionales con los países del “Norte”, así como la retirada de Estados Unidos de la UNESCO (luego lo hicieron Gran Bretaña y Singapur) -dando como resultado la reducción del presupuesto de la entidad-, y la instauración de cambios drásticos en la Unión Soviética, lo que dio origen a un enfrentamiento de posguerra entre esta nación, sus aliados y los países occidentales capitalistas, en el control y ayuda a las naciones emergentes.

3.2.2 Influencia de los 80 en la comunicación para el desarrollo

Como se anotó anteriormente, la década de los 80 supuso fuertes ajustes económicos para América Latina, realizados con el fin de contener los

altos índices de inflación, el déficit fiscal y los bajos niveles de crecimiento económico. Las consecuencias de estos ajustes, no obstante, fueron el aumento de la pobreza y la marginación, por lo que a este periodo se le conoce como *la década perdida* en América Latina.

A pesar de los problemas, los teóricos latinoamericanos siguieron esforzándose por liderar campañas de comunicación para el desarrollo, con el respaldo de instituciones multilaterales. El Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), invirtieron dineros para desarrollar programas de salud y nutrición, con el apoyo de los *media*. La Academia para el Desarrollo Educativo, junto con la Universidad de Hopkins, contribuyó con el Proyecto de Educación Básica en pueblos de Guatemala y con el Programa para la Salud Reproductiva de Bolivia.

En los 80 se añadió el “mercadeo social”⁵⁶ a estrategias de comunicación para el desarrollo en Honduras y República Dominicana, como también se adelantaron campañas de prevención contra el SIDA y el cólera en algunos países latinoamericanos. El *Development Associates* respaldó técnica y financieramente programas de prevención del uso indebido de narcóticos empleando estrategias de comunicación educativa. La UNESCO, a través del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC), entregó pequeñas sumas de dinero a proyectos en el área de comunicación de apoyo al desarrollo, mientras que *Radio Nederland Internacional* creó en Costa Rica una sucursal regional de su centro de capacitación que incrementó en América Central las posibilidades de aprendizaje de formatos de comunicación alternativa mediante la radiodifusión.

La Fundación Nuevo Cine Latinoamericano abrió en Cuba una escuela internacional para la producción de películas, y la Fundación Ebert contribuyó económica e intelectualmente a la CIESPAL para que adelantara talleres regionales para el mejoramiento de la producción televisiva. Los *sandinistas* de Nicaragua lucharon para crear una red de

56 El mercadeo social combina la educación para el cambio de comportamientos con el suministro de servicios a la población, para mejorar su calidad de vida. Es una actividad que suelen realizar las empresas privadas, en el marco de sus objetivos organizacionales y su compromiso social. Este tipo de empresas reciben a cambio el posicionamiento de la marca de sus bienes y servicios en los públicos externos.

radio participativa, nuevas formas de prensa democrática y videos comunitarios. Brasil fue pionero en el diseño y puesta en marcha de un canal obrero de televisión y una asociación nacional para el uso del video por las organizaciones de base (Beltrán, 1993).

En la década de los 80 también nacen otras instituciones: surgió la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), fecunda en capacitación, investigación, intercambio y publicación de temas concernientes a la comunicación. Una labor similar ejecutó el Instituto para América Latina en el Perú (IPAL), encabezado por el sociólogo y periodista peruano Rafael Roncagliolo.

En Costa Rica se fundó la Asociación Latinoamericana y del Caribe para la Radio y la Televisión (ULCRA), que promocionó actividades cooperativas entre las estaciones de transmisión públicas y las privadas sin fines de lucro. También se logró la unión de tres entidades católicas, UCLAP (prensa), OCIC (cine) y UNDA-AL (radio y televisión), las cuales desde sus sedes en Ecuador trabajan por los ideales de la comunicación alternativa para el desarrollo democrático.

En la construcción teórica de modelos de comunicación democrática, salieron a la palestra investigadores como Máximo Simpson y María Cristina Matta, de Argentina; Mario Kaplún, de Uruguay; Rafael Roncagliolo, Juan Gargurevich, Luis Pereirano y Rosa María Alfaro, de Perú; y Luis Gonzaga Motta y Regina Festa, de Brasil.

Jesús Martín-Barbero en Colombia y Néstor García Canclini, proponen una nueva tendencia en investigación en comunicación denominada *comunicación popular*, con la que se revaloran las viejas solidaridades y diálogos de las comunidades.

3.2.3 La participación en el entorno del nuevo comunicador

El concepto de participación en este modelo asume diversos matices. Por un lado, implica una distribución más equitativa del poder económico y político, a la que se puede llegar mediante un *cambio estructural*. En el ámbito de los medios de comunicación sugiere que los Estados diseñen políticas de comunicación que permitan un acceso real -sin obstáculos- de la gente en todo el proceso de producción de contenidos y funcionamiento de los *media*. Por otro lado, la participación concibe a

los medios como canales de aprendizaje y de interlocución de emisores y receptores en igualdad de condiciones, y no como simples transmisores de información (Evans, 2006: 1).

La comunicación desde el enfoque participativo se interesa más por el proceso y el contexto. En el *proceso* se revalida la interacción social como un fenómeno de múltiples significaciones y, en el *contexto*, se destaca la importancia de lo local, lo propio, lo comunitario y el intercambio de roles entre emisores y receptores en línea horizontal.

La UNESCO elaboró una metodología en los años 80 para hacer operativa la comunicación para el desarrollo. La metodología, que puede variar o flexibilizarse dependiendo de las circunstancias, tiene los siguientes pasos:

- *Definición de necesidades*: lo que significa movilizar a los individuos para que a través del debate identifiquen prioridades de todo tipo.
- *Formulación concreta de los problemas*: es decir, una vez identificados éstos deben ser reales y susceptibles de ser solucionados.
- *Determinación del orden de prioridad*: que consiste en escoger los que suponen mayor importancia para la comunidad local.
- *Metodología de resolución de problemas*: en la que se incorporan estrategias formuladas por la gente para la solución de los problemas.
- *Acceso a la información*: para que la comunidad conozca a través de los medios de comunicación comunitarios los avances y la información útil para la resolución de las dificultades.
- *Acción*: que equivale a la puesta en funcionamiento de las estrategias con el apoyo de los *mass media*.
- *Proyecto exterior*: a través de éste el trabajo local se extiende hacia otras instituciones con el fin de conocerlo y buscar alianzas para la optimización de los resultados (Berrigan, 1981: 49).

Estos pasos se complementan con la evaluación de todo el proceso por cuenta de la población protagonista y beneficiaria del proyecto de desarrollo y la formación de nuevos líderes para el seguimiento de los logros y el aseguramiento de la sostenibilidad de los mismos.

Florencia Censi *et al.* (2006), en vez de proponer una metodología para el trabajo con las comunidades, plantean unos principios básicos de construcción comunitaria, con base en unas experiencias positivas que en

tal sentido se llevaron a cabo en barrios marginados de los Estados Unidos. De acuerdo con Censi *et al.*, la construcción comunitaria debería (1) estar focalizada en iniciativas específicas de mejoramiento del barrio, de manera que permita reforzar valores y construir capital social y humano; (2) ser conducida por la comunidad, con amplia participación de los vecinos; (3) abarcar el conjunto de los problemas del barrio con un enfoque estratégico y emprendedor; (4) apoyarse en los activos de la comunidad; (5) adaptarse a la escala y condiciones del sector; (6) establecer vínculos de colaboración con la sociedad más amplia, a fin de fortalecer las instituciones comunitarias y mejorar las oportunidades de los vecinos fuera del barrio; y (7) cambiar conscientemente las barreras institucionales que puedan crear obstáculos para vincular al barrio con la sociedad en general.

Además enfatizan que estos principios son flexibles, es decir, se ajustan de acuerdo con el contexto y la naturaleza de la problemática. Destacan dos elementos de estos principios: primero, los conceptos de *capital social*, entendido como un activo para el futuro construido por la comunidad que le permite encarar con fortaleza e independencia tareas de mayor envergadura gracias al aumento de la confianza en sí mismos; y el de *capital humano*, que estimula la capacidad de los individuos y familias para superar la adversidad y crear y aprovechar oportunidades. Segundo, la importancia de que desde las comunidades se configuren alianzas con otras instituciones para que los resultados de las acciones sean de mayor trascendencia e impacto (Censi *et al.*, 2006).

En este entramado, la función del comunicador social o del periodista cambia ostensiblemente, puesto que su formación debe hacer énfasis en el trabajo de campo donde existe un permanente contacto con el otro. A su vez la relación con ese otro debe ceñirse bajo los parámetros de la confianza y la igualdad, pero para llevarlos a la práctica es necesario que el periodista aprenda a escuchar y a valorar lo que dice el público, conocer sus significados y situarse en su contexto. El comunicador no debe asociar la comunicación para el desarrollo y la participación ciudadana como una red de informaciones sin sentido, sin contextualización, sin historia y sin significado, que no reivindica la palabra ni promueve la libre expresión ni el aprendizaje. Este profesional, por el contrario, debe rescatar las esperanzas y los logros comunitarios y contribuir en la resolución de los problemas y en la previsión de calamidades.

3.2.4 Evaluación de la comunicación para el desarrollo

En más de 50 años de travesía de la comunicación para el desarrollo, especialmente de la alternativa en Latinoamérica, son muchos los aportes que deja al área de la comunicación social, como también son variados los cuestionamientos que se le hacen por no alcanzar objetivos de desarrollo más realistas.

Logros de la comunicación alternativa

En materia de logros, los teóricos latinoamericanos se destacaron por haber criticado el modelo clásico de comunicación, *el modelo difusionista*, que estuvo vigente hasta los años 60, al considerarlo unidireccional, excluyente y antidemocrático. Es de resaltar la reconceptualización que dichos estudios ofrecieron a las políticas globales de la comunicación para el desarrollo, con el fin de perfeccionarlas y trascenderlas a los continentes africano y asiático. Una contribución menor, aunque significativa, es la revisión de los principios legales de la actividad comunicativa a fin de que este proceso no fuera un privilegio de las élites sino que estuviera a disposición de la población.

Los teóricos latinoamericanos realizaron esfuerzos intelectuales y prácticos para reorientar la investigación en comunicación. Vale recordar que ésta se llevaba a cabo en cualquier nación sin tener en cuenta sus especificidades culturales, pero con el aporte de América Latina la investigación se amplió para dar lugar a nuevos enfoques que incorporaban las características particulares de los pueblos. Además, ofreció canales de participación para que la gente fuera *sujeto* y no *objeto* de los estudios, con lo cual las ciencias sociales se dotaron de más argumentos a favor de la acción democrática. Estas nuevas voces traspasaron las fronteras y se instalaron en el centro de los debates de los académicos estadounidenses y europeos.

Realmente la comunicación alternativa/participativa de esos años mostró muchos resultados en la práctica en el ámbito de la salud, la reproducción y la planificación familiar. Fueron muchas las estrategias que se diseñaron, no para alimentar disquisiciones teóricas de cómo debían hacerse las cosas, sino para mejorar las condiciones de vida de las personas en el terreno donde se hallaba la adversidad.

Experiencias positivas con la radio, el video y otros medios convirtieron a las personas en protagonistas de su desarrollo (no en receptores pasivos). A tal punto llegó el compromiso que fue el público el que tomó el control de sus medios de comunicación y los convirtió en artífices del cambio social.

En el orden institucional, las décadas de los 70 y 80 fueron fecundas en la creación de entidades de distinta naturaleza, públicas, privadas, mixtas, que contribuyeron a fortalecer la formación en comunicación social de cientos de personas y a estimular la investigación en el área de acuerdo con las prioridades de cada región.

Críticas a la comunicación alternativa

Las críticas a la comunicación alternativa para el desarrollo se sintetizan en términos de alcance e impacto de las soluciones a los problemas. Normalmente las experiencias positivas tuvieron como destino grupos pequeños de la población, constituyéndose en algunos casos en simples paliativos al mal pero no en su resolución profunda y efectiva. Este tipo de comunicación también ha tenido dificultades para lograr alianzas significativas, duraderas y basadas en la confianza con las entidades públicas o estatales, de ahí que los resultados hayan sido en muchos casos pírricos o insostenibles.

Rosa María Alfaro (2000) considera que la comunicación alternativa y la comunicación popular fueron fructíferas en los años 70 y 80, especialmente en reflexiones, en algunas acciones y en el compromiso que asumieron con las clases sociales menos favorecidas. Así dieron protagonismo al hombre común y corriente, descubrieron la complejidad de la problemática social mediante la comunicación y potenciaron la vocación formadora y liberalizadora de los medios de comunicación, según la consigna de Freire. La investigadora lamenta que estos tipos de comunicación se hayan opacado con el advenimiento de la globalización, debido a que no supieron adaptar sus discursos y estrategias al nuevo panorama económico, político y cultural. Recalca que cometieron el error de catalogar a lo colectivo como lo puro, lo autosuficiente e incontaminado y a las instituciones -con las que hubiera podido lograr alianzas vitales para que los logros en diferentes áreas hubieran trascendido- como las contaminadas e intransigentes. Destaca que se

sobrevaloró el concepto de comunidad, colocándolo por encima de lo individual. En otras palabras, se enfatizó el trabajo sobre lo comunitario sin tener en cuenta las potencialidades y especificidades de los sujetos. Agrega que aun cuando se avanzó en despertar la conciencia crítica de la comunidad, no se inculcó en ella la creatividad para que no se quedara sólo en el cuestionamiento del orden económico y político imperante sino que también incrementara su caudal propositivo para dilucidar soluciones a los problemas vigentes (Alfaro, 2000).

Además sugiere el tránsito de una comunicación popular a una comunicación ciudadana que articule las expectativas personales con las necesidades de su comunidad, de su ciudad y país, y abogue por la reconciliación entre los estudiosos del campo de la comunicación popular y alternativa, y las universidades y académicos, a fin de fortalecer la investigación en comunicación.

Ante estas circunstancias, hay quienes proponen replantear la comunicación para el desarrollo para que no sea inferior al reto de llevar progreso integral a las comunidades de una manera amplia, consistente y sostenible. Una de esas personas es Adalid Contreras (2000: 4-6), quien define algunas premisas para que el desarrollo desde la comunicación sea posible. Estas son:

- Intervención activa del Estado en la promoción y definición de los procesos de comunicación y no dejar esta tarea a los vaivenes del mercado.
- Redefinición de políticas públicas y democráticas de comunicación dirigidas a promover el desarrollo.
- Mejoramiento de las metodologías y enfoques teóricos de la comunicación de los centros académicos para que ambos contribuyan a transformar positivamente la realidad que se vive fuera de las aulas de clase.
- Replanteamiento de la comunicación educativa para que la comunicación no sea vista exclusivamente con un carácter instrumental (reducida a una especie de material didáctico “bonito” y “divertido”) sino que sea un área consustancial a todo el proceso de enseñanza aprendizaje.
- Reorientación de las facultades de comunicación social para que no incorporen de manera marginal la comunicación para el desarrollo

en los planes de estudio, sino que se convierta en un línea fuerte de formación del futuro periodista.

- Estímulo a la participación ciudadana pero no sólo desde el ámbito representativo, sino fundamentalmente desde el ámbito de la democracia directa.

3.3 Áreas de desempeño de la comunicación para el desarrollo

Las áreas de desempeño de la comunicación para el desarrollo han sido tan variadas, como variados han sido los problemas que han afrontado en las últimas décadas no sólo el Tercer Mundo sino también el Primero. Todas ellas han sido el producto de años de discusión alrededor de cómo mejorar las condiciones de vida de las personas mediante el uso de la comunicación interpersonal y grupal, y de los medios de comunicación, con la participación de los beneficiarios de los proyectos. En realidad, el trabajo realizado ha incorporado los enfoques difusionista y participativo de la comunicación para el desarrollo, pues la práctica parece demostrar que una combinación armónica de los dos permite que los resultados puedan ser exitosos y ofrecer un impacto social positivo.

La experiencia ha demostrado que la presencia activa, dialogante, respetuosa y complementaria de tres actores, aumentan la posibilidad de que las iniciativas de comunicación para el desarrollo lleguen a buen puerto. Estos actores son: la *comunidad*, los *técnicos* o *grupos de especialistas* y las *instituciones gubernamentales* (gobiernos locales, regionales o nacionales, entidades descentralizadas) o *no gubernamentales* (ONGD⁵⁷, cooperativas, etc.).

Aquí explicaremos brevemente los fundamentos de la *comunicación y el medio ambiente*, la *comunicación para la salud*, la *comunicación y la ciudadanía*, la *comunicación y resolución de conflictos*, la *comunicación y género* y la *comunicación para el desarrollo rural y urbano sostenibles*, pero también destacaremos la contribución que las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el Desarrollo, TICd, -con énfasis en internet-, y la de los medios comunitarios -con énfasis en el medio televisión-, realizan

57 Organizaciones No Gubernamentales para el desarrollo.

para el éxito del trabajo en dichas áreas. Nuestro objetivo es que a través del estudio de las TICd y de los medios comunitarios, podamos proponer en un capítulo posterior un modelo de TV comunitaria para el desarrollo humano de acuerdo con las nuevas realidades sociales: globalización, neoliberalismo y surgimiento de renovados movimientos sociales que abogan por el pacifismo, el respeto por el medio ambiente, la igualdad de género y la supresión de la pobreza, entre otras reivindicaciones.

3.3.1 Comunicación y medio ambiente

Esta área de desempeño del comunicador para el desarrollo busca utilizar estratégicamente los procesos de comunicación y los medios de comunicación para modificar comportamientos y realizar acciones que contribuyan a la conservación y preservación de los recursos naturales, así como fomentar la participación comunitaria en la toma de decisiones y ejecución de proyectos medioambientales. La actuación del comunicador, de la comunidad y de instituciones aliadas consiste en promover en individuos y colectivos el establecimiento de prácticas sostenibles diarias de modo que aseguren el usufructo de los recursos naturales en el presente sin deteriorarlos o destruirlos para las futuras generaciones.

La metodología para proyectos de comunicación y medio ambiente se centra (1) en la apreciación de síntomas que perturban el equilibrio natural; (2) el planteamiento de uno o varios problemas ambientales; (3) la definición de los objetivos de comunicación del proyecto junto con indicadores de verificación y evaluación; (4) la elaboración del plan estratégico de comunicación que incluye actividades de promoción y movilización social para obtener el compromiso y liderazgo de los beneficiarios e instituciones aliadas en la ejecución de la iniciativa; (5) el plan de acción de comunicación en el que se integran la producción de materiales y mensajes y acciones de formación; y (6) la verificación y evaluación de todo el proceso (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, 1999). Cada una de las etapas debe llevarse a cabo en forma compartida, es decir, contando con la participación directa o indirecta de los beneficiarios, de instituciones aliadas, y de los técnicos de otros campos del conocimiento diferentes de la comunicación social como, por ejemplo, los educadores ambientales.

La intervención del comunicador para el desarrollo en temas ambientales abarca una amplia gama de problemas relevantes (Solano, 2009: 91-97), entre los que podemos destacar:

- *Los residuos sólidos*: la comunicación y los medios de comunicación pueden influir para que las personas seleccionen, clasifiquen y dispongan los residuos sólidos (basuras: orgánicas, inorgánicas y sanitarias) en sitios que no impacten negativamente la salud y la estética y sirvan para iniciar el proceso de reciclaje y reutilización.
- *El desperdicio del agua*: se trata de realizar campañas para que las personas sean conscientes de que desperdiciar el agua es un problema que atañe a todos por igual y a las próximas generaciones, a pesar de que unas regiones tengan menos estrés hídrico que otras.
- *La contaminación del agua*: la estrategia de comunicación consiste en cambiar hábitos que producen la contaminación del recurso -y por ende los problemas de salud-, como la no limpieza de estanques, el abastecimiento con recipientes sucios y el arrojar basuras y sustancias tóxicas a las cuencas por parte de personas y fábricas.
- *La contaminación del aire*: la necesidad de tener un ambiente limpio es una de las prioridades actuales si se quiere conservar una buena salud. Las acciones que van en contravía de ese ideal son la emisión de gases de dióxido de carbono por el parque automotor, las industrias, las quemas ilegales y la preparación de alimentos con leña.
- *El cambio climático*: las estrategias de comunicación pueden hacer énfasis en que este fenómeno no es algo que puede venir, sino que es un fenómeno actual que se manifiesta con el aumento de las temperaturas y del nivel de los mares, entre otros factores. El énfasis debe darse en que la reducción del consumismo y la utilización de tecnologías y combustibles no fósiles se constituyen en una opción que deben estudiar tanto los países industrializados, principalmente, como los en vía de industrialización, así como el cumplimiento de los acuerdos del Protocolo de Kyoto, Copenhague, Cancún y Durban en materia ambiental.
- *Contaminantes orgánicos persistentes*: este tipo de contaminantes están presentes en la zona rural y son utilizados frecuentemente con la excusa de que mejoran la calidad de los productos del campo. Suelen

estar presentes en agroquímicos aplicados a plantas y a la tierra e, indirectamente, son absorbidos por los labradores envenenando sus recursos (agua, por ejemplo) y ocasionándoles problemas de salud. La comunicación y los medios deben informar sobre las consecuencias negativas de estos contaminantes para las personas y otros seres vivos.

- *Biodiversidad*: la biodiversidad es una gran riqueza que tienen los países, especialmente los latinoamericanos, sin embargo, este potencial es apreciado por los expertos en el tema y en muy poca medida por las comunidades. La estrategia comunicativa debe hacer hincapié en revalorar este tipo de recursos para la vida y establecer pautas para que sean aprovechados con carácter sostenible para contribuir a la superación de la pobreza.
- *Bosques*: esta es una de las áreas más mencionadas pero poco conocidas. Se suele mencionar la destrucción de los recursos no maderables pero no sus servicios para conservar el agua, proteger los suelos, evitar derrumbes, etc. Los procesos de comunicación pueden gestionar acciones para la protección de los bosques, sin que ello implique destacar su utilización con fines renovables para aumentar el ingreso de las regiones, y concienciar a las comunidades sobre su importancia para el mantenimiento del ecosistema natural.
- *Áreas Naturales Protegidas (ANP)*: Las Áreas Naturales Protegidas se constituyen en una alternativa para reducir la reforestación y pérdida de la diversidad, pero las comunidades son las que deben acoger este tipo de proyectos. La comunicación y los medios tienen que mostrar su importancia y viabilidad y resaltar la necesidad de contar con el aval comunitario para que se hagan efectivos.
- *Vulnerabilidad a desastres*: la comunicación para el desarrollo debe hacer un esfuerzo para explicar que los desastres no son sólo sismos e inundaciones, sino que abarca un amplio repertorio de situaciones de vulnerabilidad como el poseer vías de evacuación obstruidas, cables de energía en mal estado o paredes a punto de venirse abajo. Así, las personas damnificadas son tanto las que están en las orillas de los ríos o en los alrededores de los volcanes como las que trabajan en oficinas sin planes de salud ocupacional o las que habitan casas en zonas de alto riesgo. Hay que destacar, igualmente, la posibilidad

que da la comunicación y sus recursos para reducir el impacto de los fenómenos naturales –producidos muchas veces por la mano del hombre– mediante una información oportuna y constante.

3.3.2 Comunicación para la salud

La comunicación para la salud presenta dos vertientes de análisis. Una de ellas establece que esta área de la comunicación para el desarrollo emplea los medios de comunicación para cambiar las conductas de las personas hacia hábitos de vida saludables. Y, la otra, señala que la comunicación masiva fomenta la movilización social para que los colectivos definan sus problemas, busquen y ejecuten las soluciones respectivas para alcanzar la salud deseada. Ambas vertientes, no obstante, confluyen en la necesidad de promover transformaciones sociales con el fin de que las personas –especialmente las que se encuentran en situación de exclusión– gocen de una vida larga y saludable.

Esta área de la comunicación para el desarrollo enfatiza en la prevención y promoción de la salud y considera que se puede llevar una vida saludable, independientemente de que se posea una enfermedad. Por ejemplo, aquellas personas contagiadas con el VIH pueden mantener unas relaciones sociales satisfactorias, cuidar su alimentación y ser laboralmente productivas. En este sentido, “la promoción de la salud busca construir una vida saludable, a partir de generar condiciones para que individuos y grupos desarrollen la capacidad de actuar, se empoderen y tomen decisiones positivas para su salud y el bienestar colectivo” (Programa de Reforma de la Atención Primaria de Salud, PROAPS, 2006-2007).

El enfoque actual resalta la importancia de que los proyectos de comunicación para la salud cuenten con la participación decidida de los beneficiarios, lo cual implica que tengan voz y voto en la definición, ejecución y evaluación de los mismos, en la realización de los programas de educación en salud y en el diseño de los mensajes de la comunicación masiva.

Usualmente el equipo de técnicos que trabaja en esta área tiene como misión (1) promover la construcción colectiva de una vida saludable; (2) aportar a la generación de políticas públicas en salud y (3) desarrollar intervenciones en comunicación que proporcionen condiciones

favorables para la adopción individual y colectiva de comportamientos saludables.

3.3.3 Comunicación y género

La comunicación y género propende por disminuir la desigualdad entre hombres y mujeres, provocada por factores culturales que se han extendido y perpetuado a lo largo de la historia. Con frecuencia, la mujer ha sido la que más ha sufrido los efectos de la desigualdad bien sea en los medios de comunicación, en la familia, las instituciones y en la sociedad en general, aunque la inequidad –si bien en menor proporción– también ha estado afectando al género masculino.

La invisibilización de la mujer, su infravaloración y la asignación de roles desigualmente distribuidos, se ha traducido en el aumento de la pobreza, la violencia física y psicológica, la desigualdad por ingresos y por acceso a las esferas de poder. Por eso los Informes de Desarrollo Humano (IDH) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) han promovido mediciones para determinar qué avances han tenido los países que proporcionan estadísticas sobre cuestiones de género. En este sentido, el PNUD establece algunos parámetros como el Índice de Desarrollo Relativo al Género (IDG), que refleja las desigualdades entre hombres y mujeres en las siguientes dimensiones: (1) vida larga y saludable, según la esperanza de vida al nacer; (2) educación, referida a la tasa de alfabetización de adultos y matriculación en primaria, secundaria y terciaria; y (3) nivel de vida digno, medido según el cálculo de los ingresos percibidos. También incorpora el Índice de Potenciación de Género (IPG), que se refiere a las oportunidades de la mujer que a sus capacidades, y refleja las desigualdades de género en dos ámbitos: (1) participación política y poder de decisión, medidos en función de la proporción porcentual de hombres y mujeres que ocupan escaños parlamentarios; y (2) participación económica y poder de decisión, medidas en función de la participación porcentual de hombres y mujeres en cargos de legisladores, altos funcionarios y directivos, así como en puestos técnicos y profesionales (PNUD, 2007-2008: 360-363).

El trabajo de comunicación en la cuestión de género radica en apoyar proyectos que propendan por visibilizar el papel de la mujer en áreas

en las que tradicionalmente han sido discriminadas y promover la creación de capacidades para que puedan intervenir protagónicamente en la vida económica (con planes de empleo y desarrollo empresarial, entre otros), política (con el incremento de la participación en las esferas de poder y la construcción de ciudadanía) y cultural (con facilitarle el acceso a todos los niveles educativos, al deporte y a la producción artística).

3.3.4 Comunicación y ciudadanía

La comunicación y la ciudadanía es un área que pretende el desarrollo de competencias y habilidades emocionales, cognitivas y comunicacionales en las personas para que participen activamente en la defensa de los derechos de todos. Implica que los colectivos asuman con responsabilidad su papel político en la construcción de una sociedad más justa y tolerante. En este sentido, los pilares en los que se edifica la ciudadanía son la convivencia pacífica, la participación democrática, la pluralidad, identidad y valoración de las diferencias, y el respeto y defensa de los Derechos Humanos.

El rol que asume la comunicación y los medios de comunicación es el de impulsar, facilitar y promover procesos de participación activa de las gentes en los espacios políticos, donde se debate y se toman decisiones que afectan el bienestar de las personas. La comunicación y los medios de comunicación aportan elementos cognitivos y actitudinales para que las personas mejoren su calidad de vida, empleando los recursos cotidianos, las leyes y los aprendizajes básicos. De modo análogo, contribuyen a crear una ética común, a relaborar el concepto de nación y a diversificar los accesos en voces, estéticas y saberes. Usualmente los proyectos de comunicación y ciudadanía se han centrado en promover competencias y habilidades en los ciudadanos para que elijan a las personas más idóneas y capaces en las contiendas electorales (voto útil), participen activamente en la toma de decisiones que afectan a la sociedad en el marco de la ley, la democracia y las instituciones y verifiquen el desempeño ético y responsable de quienes han asumido la representación de los intereses comunitarios.

3.3.5 Comunicación para el desarrollo rural sostenible

La comunicación para el desarrollo rural sostenible ha sufrido cambios desde finales de los años 70. Si bien después de la Segunda Guerra Mundial se empleó el modelo vertical de la comunicación, destacando la información y la aplicación de la tecnología para la solución de los problemas de productividad del campo, en los 80 se dio un vuelco hacia una comunicación más integral, participativa, y un desarrollo que supla las necesidades de las generaciones presentes y futuras sin agotar los recursos naturales. De este modo, se buscó facilitar de forma sistemática la intervención decidida del campesinado y de las instituciones que los representaban en proyectos de desarrollo, para lo cual se llevaron a cabo actividades de información y de capacitación.

Esta área le confiere a la comunicación tres funciones: (1) compartir conocimientos, visiones y nuevas perspectivas de desarrollo; (2) brindar herramientas de negociación y concertación de políticas entre los diferentes actores; y (3) facilitar procesos, plataformas, medios y servicios de comunicación sobre temas de desarrollo prioritarios (Acunzo, 2004). También trata de estimular la participación de los habitantes del campo en la creación de políticas públicas y privadas para el sector, así como fortalecer sus instituciones mediante el mejoramiento de los sistemas de conocimiento e información del ámbito rural. Los esfuerzos de intervención se han centrado en programas de manejo de los recursos naturales, agricultura sostenible, gobernabilidad, seguridad alimentaria, y creación de microempresas para el aumento de la productividad y los ingresos, con el apoyo de la pedagogía de los medios impresos y audiovisuales.

3.3.6 Comunicación para el desarrollo urbano

La UNESCO es una institución que en las dos últimas décadas le apuesta a la comunicación como elemento que puede contribuir al desarrollo urbano, especialmente en los países de América Latina. El esfuerzo se centra en construir ciudades que los ciudadanos de cualquier origen las sientan como propias y aprendan a convivir armónicamente, pese a las dificultades propias de grandes urbes cuyo crecimiento ha sido desmesurado. Una preocupación latente de la UNESCO es precisamente la ur-

banización sin control debido a la migración del campo a las urbes y a la deficiente planeación, entre otros fenómenos, lo cual ha traído como consecuencia el debilitamiento de las relaciones humanas, de la comunicación interpersonal y grupal y la división, a veces violenta, de la relación ciudadano – ciudad (Alfonzo, 1997).

Este breve diagnóstico justifica el ascenso de la comunicación como protagonista en la construcción de los planes de desarrollo urbano, en la creación de canales para la participación ciudadana, en la recuperación de la memoria histórica y la incorporación de sectores de la población tradicionalmente marginados.

La crisis en la relación ciudadano – ciudad se expresa mediante la exclusión, el espacio público inapropiado, los mensajes hostiles que emite la ciudad, los problemas de gobernabilidad y la ausencia de participación ciudadana. La *exclusión* significa que distintos grupos sociales no disfrutaban de los servicios esenciales como la salud, la vivienda, etc. El *espacio público inapropiado* se refiere a la planificación pensada en el cemento y no en la creación de espacios de encuentro para seres humanos, donde las personas puedan comunicarse y olvidar la sensación de que viven en una ciudad caótica, acostumbrada a crecer según las leyes del capital y la especulación del suelo. Los *mensajes hostiles que emite la ciudad*, se producen cuando no hay control a la contaminación visual, auditiva, cuando no se informan las normas básicas de convivencia y se dificulta la movilidad por el caos vehicular y la escasez de espacios peatonales, trayendo como resultado el incivismo y conductas agresivas de los ciudadanos. Los *problemas de gobernabilidad y la ausencia de participación ciudadana*, se manifiestan con la concentración de los poderes en las instancias oficiales o la apatía por emplear los canales de participación política para la toma de decisiones en las cuestiones públicas (Miralles, 2001).

La comunicación tiene una injerencia importante en estos procesos, toda vez que puede fomentar la democracia para la concertación de diversos actores en la formulación de los planes de desarrollo, e intervenir en la creación de una cultura cívica y acercar a los ciudadanos con sus gobernantes en términos de mayor compromiso y diálogo social mediante información útil, clara y oportuna. Para ello se requiere revisar la visión instrumental de la comunicación y los medios de comunica-

ción, es decir, modificar aquella que privilegia los mensajes difusionistas (comunicación vertical, de arriba hacia abajo, promovida por expertos y tecnócratas) por otra que promueva un enfoque participativo e inventor de todos los actores sociales en la construcción de ciudad más amable y sostenible.

3.3.7 Comunicación y resolución de conflictos

El conflicto está presente cuando hay interacción social, puesto que los individuos implicados ponen en juego sus preferencias e intereses. La comunicación se constituye en una herramienta para la resolución o agravamiento de los conflictos, puesto que los actores involucrados están continuamente interactuando y negociando sus diferencias para llegar a acuerdos que permitan una vida en común. El conflicto, que se presenta a nivel intrapersonal, personal, grupal y macrosocial, puede generar un cambio positivo en las comunidades, siempre que se empleen estrategias en las que prime el compromiso e intercambio de información de forma abierta y completa entre las partes. En ese contexto, la comunicación puede contribuir a minimizar, re-canalizar y resolver las situaciones conflictivas.

La combinación de las dos dimensiones del conflicto, la *relación* y el *resultado*, originan cinco comportamientos en la negociación: evitativo, competitivo, acomodativo, colaborativo y de compromiso, pero son los últimos dos los que producen efectos positivos sobre los resultados de la negociación, al facilitar el logro de acuerdos mutuamente satisfactorios mediante el establecimiento de una comunicación asertiva (Troyano & Carrasco, 2006). Trabajar en el área de la comunicación para la resolución de los conflictos supone que los negociadores incorporen a su personalidad una serie de habilidades para reducir y solucionar las confrontaciones, entre las cuales se pueden enumerar las habilidades para emitir libre información, hacer autorrevelaciones, escuchar activamente, empatizar, formular una crítica y solicitar cambios en el comportamiento, entre otras.

Para el comunicador para el desarrollo o el periodista que aborde el estudio del conflicto social, es pertinente que realice un análisis de las causas que subyacen en las confrontaciones, que bien pueden ser

estratégicas, de dominio o de poder. Para ello, se plantea el análisis por medio del modelo del “triángulo conflictual” (Jarque, 2006: 86-103), integrado por los componentes de los actores, proceso y problema. En el componente de los *actores*, se estudia quién está involucrado, su influencia o representatividad social, ideología, valores, entre otras cuestiones. En el componente del *proceso*, deben atenderse las fases y evolución por las que atraviesa el conflicto, el origen, los factores que tributan para que se intensifique, etc. El componente del *problema*, se entiende como el resultado de una interacción constante entre los actores y el proceso, e incorpora el estudio del desarrollo de la confrontación, el cambio en las percepciones de los actores, entre otros elementos.

En la práctica, los proyectos de comunicación para la resolución de conflictos abarca una amplia gama de intervenciones que van desde el nivel interpersonal (minimización o solución de disputas en grupos de trabajo e investigación), intergrupala (reducción de la violencia entre barras bravas de equipos de fútbol) y macrosocial (negociación de conflictos armados internos o entre naciones). La comunicación se concibe como un proceso consustancial en todo el plan estratégico de resolución de los conflictos y no como un instrumento puntual en la resolución de la contienda, lo que significa que la comunicación como facilitadora de los acercamientos entre las partes o como habilidad de los negociadores, debe estar presente no sólo en el antes (análisis de las causas, comprensión del fenómeno) y durante (acercamiento de los bandos) de la confrontación, sino después de la misma para la verificación de los consensos y compromisos.

4 Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para el desarrollo

La irrupción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (tic), básicamente internet y la radio y televisión digitales, tiene como fundamento el concepto de *sociedad de la información*⁵⁸, la teoría del *determinismo tecnológico*⁵⁹ y coincide con un estadio avanzado del neoliberalismo como sustrato socioeconómico de finales del siglo xx y comienzos del xxi. El notorio avance de estos nuevos sistemas de comunicación ha supuesto el retorno de viejas promesas para resolver los problemas de desarrollo de los países del “Sur” con el apoyo de las tic, tal y como aconteció con el posicionamiento de la radio y la televisión analógicas en el siglo xx.

Y así como ocurrió en esa centuria, la discusión actual también gira en torno a cómo permitir que la mayoría de las personas en el mundo tenga acceso a las tic -ojalá con banda ancha-, a cómo establecer políticas de comunicación democráticas para que todos los países se beneficien de estas tecnologías y a cómo elaborar contenidos con un carácter educativo y cultural que haga contrapeso a la información netamente comercial y consumista. Los resultados aún están por verse. Aunque ha habido experiencias positivas, el fortalecimiento de las tic como promotores de un desarrollo humano es y será un camino tortuoso no exento de obstáculos y decepciones. En este acápite se discute alrededor de varios conceptos y relaciones:

58 Según Alex Edelstein (1982; citado por Zabaleta, 2003: 35) el concepto de “sociedad de la información” fue propuesto por el equipo de Investigación de las Telecomunicaciones de la Universidad de Keio de Japón en los años sesenta.

59 El *determinismo tecnológico* trata de demostrar que la tecnología es independiente de la cultura y es capaz de influir notablemente en la sociedad (Mattelart, 2007: 77).

1. El concepto de *brecha digital*, con sus respectivos matices, enfoques y relativismos, y las repercusiones que tiene sobre el desarrollo de los pueblos.
2. Otras líneas se dedicarán a reflexionar sobre la relación entre las *Tecnologías de la Información y la Comunicación, y la globalización*.
3. Así mismo, se presentarán los argumentos teóricos para pensar en una relación armónica entre las *Tecnologías de la Información y la Comunicación, y el desarrollo*.
4. Luego se abordarán las aplicaciones de las *Tecnologías de la Información y la Comunicación*, con sus fortalezas y dificultades, en las diferentes facetas del actuar humano.

4.1 La brecha digital

El desarrollo en un ambiente globalizado y competitivo está notoriamente ligado al acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Esta es una lógica que han aprendido los países desarrollados y que ha tratado de imitarse en el Tercer Mundo con resultados favorables y desfavorables. El concepto de *división* o *brecha digital* se ha extendido debido a que algunos grupos humanos se han beneficiado con el uso de las tic -especialmente de internet- y otros no lo han hecho o, sin ellas, se han visto marginados de la vida política, económica y cultural.

Inicialmente el concepto llevó a una posición radical: se tiene o no se tiene acceso, pero en investigaciones recientes se prefiere afirmar que la división no es binomial sino gradual, con múltiples situaciones de acceso en los grupos sociales, culturales y étnicos (Warschauer, 2002, citado por Zabaleta, 2003: 65). Las investigaciones también indican que la *división digital* no se refiere sólo al tener o no tener el hardware, el software o la conexión a internet, sino que conlleva una serie de carencias o limitaciones en recursos tecnológicos (como la falta de banda ancha), lingüísticos, culturales y sociales que conforman la idea de una apropiación sostenible y completa de las TIC desde cada comunidad. Por tales motivos, se suele transformar el término de *división digital*, que se refiere a la falta de equipamiento tecnológico, por el de *tecnología para la inclusión social* para abarcar la posibilidad de que todos los grupos participen de los beneficios de las TIC para la construcción de un mejor destino en la sociedad (Zabaleta, 2003: 65).

Fernando Lera López *et al.* (2003: 121) describen el fenómeno de otra manera. Existe división digital desde una *perspectiva horizontal* con una dimensión geográfica, es decir, diferencias de acceso en el orden mundial entre países y regiones originadas en relaciones asimétricas en lo comercial y lo político, como también división desde una *perspectiva vertical* con una dimensión socioeconómica para significar que dentro de una nación o región se encuentran diferencias en las posibilidades de acceso, utilización y aprovechamiento entre distintos tipos de individuos.

Otra objeción al concepto de *división digital* proviene de la separación cada vez mayor entre el ciudadano y el consumidor. En los discursos mediáticos/tecnológicos se asocia el término *consumidor* a la persona que simplemente emplea las tecnologías con un carácter exclusivo de consumo cuantitativo⁶⁰, y no como *ciudadano* en el sentido de utilizar esas herramientas con fines desarrolladores y de servicio público.

La otra cara de la moneda ve a las TIC, sobre todo en las naciones del “Sur”, como instrumentos mágicos con capacidad para resolver todos los problemas, lo cual hace que la inversión en ellas compita con los recursos disponibles para suplir otras necesidades prioritarias de la ciudadanía, como el acceso a servicios sanitarios, educación de calidad, seguridad y empleo. Como señala Ricardo Gómez *et al.* (2001: 133) refiriéndose a América Latina, las TIC en el ámbito del desarrollo tienen que aplicarse con base en “la necesidad fundamental de aprovechar y dar mayor envergadura a las actuales actividades, experiencias y conocimientos de desarrollo locales, comunitarias y de la sociedad civil”.

4.2 Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el contexto global

La globalización es un fenómeno complejo que, por una parte, ha traído ventajas al promover las capacidades humanas en diferentes actividades y áreas del conocimiento humano (avances científicos, estímulo al comercio y a la inversión de capitales, etc.), pero lamentablemente sus be-

60 En el sistema capitalista se suele usar la denominación consumidor para representar a la persona con altos ingresos, madura, con un alto puesto en el mercado laboral que se conecta a internet con el propósito de derrochar tiempo y dinero.

neficios siguen siendo usufructuados por las minorías mundiales. Y, por otra, ha permitido el desarrollo de modernos sistemas de comunicación que, aunque nos ayudan a estar cada vez más interconectados, amenazan con uniformar las culturas con la imposición del modelo consumista occidental.

Las TIC tienen un papel protagónico en este proceso en la medida en que se constituyen en el motor que interconecta económica, política, científica y culturalmente a los hombres, regiones y naciones, creando complejas relaciones de acercamiento y exclusión. Estas tecnologías hacen posible que la movilidad de las finanzas active el comercio sin límites en tiempo real, ocasionando que los Estados tengan cada vez menos capacidad de maniobra y al final sus políticas estén notoriamente influidas por lo que proponen los mercados financieros.

Para Manuel Castells (2002: 91) las Tecnologías de la Información y la Comunicación y las formas flexibles de organización y dirección están creando una nueva economía, caracterizada por el progresivo incremento de la productividad y la competencia global pero de una manera desigual entre las regiones del planeta. La nueva economía, además, tiene otras reglas: es impulsada por internet; la mano de obra empleada es altamente especializada, flexible, adaptable, autoprogramable y capaz de innovar; y los mercados financieros son el núcleo en la realización de valor. Con la nueva economía los factores de producción se transforman: ya no son la tierra, el trabajo y el capital, sino factores como el conocimiento, las competencias básicas y los clientes (Casilda, 2003: 12). La adquisición, creación y aplicación eficaz del conocimiento es la herramienta fundamental para la inserción de la empresa en el ámbito competitivo; las competencias básicas proporcionan capacidades para que las organizaciones sean rápidas, flexibles y centradas en el cliente, cuyo comportamiento –dicho sea de paso– ha cambiado de ser un consumidor poco informado y pasivo a uno más crítico y con mayores posibilidades de elección. Castells (2002) agrega que, desde una perspectiva social y acudiendo a los problemas de marginación, pobreza y desempleo por los que están atravesando tanto el “Norte” como el “Sur”, la desigualdad no es una tendencia ocasionada en la globalización y en las TIC *per se*, sino en las condiciones institucionales en las que se desarrollan esos fenómenos.

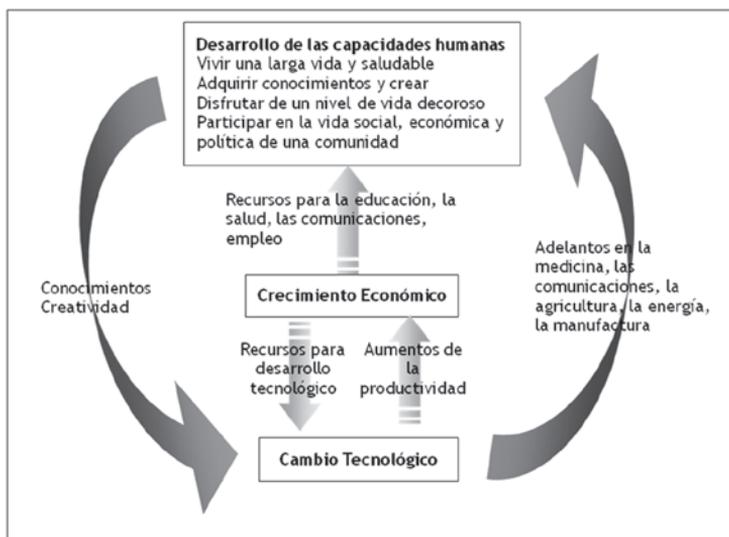
4.3 Innovación tecnológica y tecnologías de la Información y la Comunicación para el desarrollo

Los países del Tercer Mundo suelen pensar que la *tecnología* son instrumentos a los que sólo pueden acceder y usufructuar las capas de la sociedad con recursos económicos suficientes, pero no en que deberían ser de utilidad para la mayoría de la gente. Desde la perspectiva del desarrollo humano lo que se pretende es conciliar la práctica y la teoría, para que los adelantos tecnológicos sirvan para disminuir la desigualdad y reducir la brecha digital, esto es, la de una minoría que disfruta de sus beneficios y la de gran parte de la población que resulta marginada. El que haya una reducción de esa distancia entre los dos colectivos es el propósito que se persigue, aun a costa de que se siga asociando a los avances tecnológicos como recompensa del progreso alcanzado por los pueblos y no como una inversión que se hace para combatir la pobreza y dotar de mayores oportunidades a las personas. El Informe de Desarrollo Humano del PNUD (2001: 1), consciente de ello, expresa la necesidad de invertir en tecnologías para mejorar las condiciones de vida de todas las personas:

Se suele pensar que la gente tiene acceso a las innovaciones tecnológicas – medicamentos más eficientes, mejores transportes o conexiones telefónicas o a la Internet- una vez que tienen mayores ingresos. Esto es verdad: el crecimiento económico crea oportunidades para que se creen y difundan útiles innovaciones. Pero también es posible invertir el curso de ese proceso: las inversiones en tecnología, al igual que las inversiones en educación, pueden dotar a las personas de mejores instrumentos, de modo que sean más productivas y más prósperas. La tecnología es un instrumento y no sólo un beneficio del crecimiento y del desarrollo.

El siguiente modelo del PNUD (2001: 29 y 30) sintetiza la relación estrecha entre las tecnologías y el desarrollo humano, ya que señala que la tecnología, como la educación, permite a las personas salir de la pobreza, por lo cual la tecnología es un instrumento del crecimiento y del desarrollo y no sólo su recompensa.

Ilustración 2: Tecnología y el desarrollo humano



Fuente: PNUD, Informe de Desarrollo Humano (2001: 30):
“Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano”.

Un sin fin de ejemplos se pueden extraer de las ventajas de la tecnología, pero quizás la que engloba la esperanza del Tercer Mundo –y la que más crítica suscita actualmente– está relacionada con la posibilidad de que con las nuevas tecnologías esa parte del planeta logre un desarrollo más rápido, en tanto pueda pasar rápidamente de la era industrial a la era digital. Al respecto se argumenta que los costos en equipamiento electrónico y digital para generar dicho cambio serían muy inferiores –y máximos sus rendimientos– que efectuar procesos de industrialización.

Armand Mattelart (2003: 123) tiene sus reparos frente a esa afirmación, dadas las circunstancias actuales del mercado, ya que las empresas multinacionales sólo ven a las tecnologías como una ventaja competitiva, cuyas producciones van orientadas a consumidores con altos niveles de ingresos, en detrimento del beneficio que ellas puedan representar para capas sociales de bajos recursos económicos. Esta misma impresión es compartida por el PNUD (2001: 3):

Las tecnologías se crean en respuesta a las presiones del mercado y no de las necesidades de los pobres, que tienen escaso poder de compra. Las actividades de investigación y desarrollo, el personal y las finanzas están concentradas

en los países ricos, bajo la conducción de empresas transnacionales y a la zaga de la demanda del mercado mundial, dominado por consumidores de altos ingresos.

No obstante, parece haber coincidencia en que la inversión tecnológica, especialmente en Tecnologías de la Información y la Comunicación, permite el mejoramiento de las condiciones de vida del hombre y de su comunidad en distintas facetas de la vida, siempre que estén a disposición y al alcance de todos. Algunas ventajas de la inversión en TIC son:

- *Participación e internet*: la telefonía móvil celular y otras Tecnologías de la Información y la Comunicación posibilitan una comunicación instantánea y acceso a mayores volúmenes de información, así como a niveles más altos de autonomía para que las personas puedan influir en las decisiones que afectan sus vidas. Puede lograrse a pesar de los riesgos que entraña en lo relativo a la pérdida de la intimidad y el tráfico electrónico de hombres, mujeres y niños.
- *Conocimiento*: las Tecnologías de la Información y la Comunicación derriban las barreras espaciales y temporales al ayudar a sus usuarios a acceder, con bajos costos, a toda la información sobre un tema o área del conocimiento. Si bien el reto estriba en que esa información se pueda depurar, de modo que sirva para los más apropiados ideales del ser humano.
- *Empleo y crecimiento económico*: paralelo con los avances tecnológicos se van configurando sistemas de creadores, distribuidores, gestores, vendedores y compradores de tecnologías, lo cual ha sido motivado por la competencia del mercado en un mundo globalizado. A su vez las naciones, sobre todo las creadoras, impulsan sus economías dentro y fuera de sus fronteras con la venta y comercialización de esos productos, a través de empresas –como las del sector de las telecomunicaciones– que generan empleos.

Todo ello apunta a que las TIC, si se les usa en el marco del desarrollo humano, pueden tener la capacidad de mejorar las capacidades de las personas al:

- *Eliminar los obstáculos que se oponen al conocimiento*: si bien la educación es indispensable para el estímulo a la actividad cognoscitiva, la

información generada por las TIC dota de contenido al conocimiento.

- *Eliminar los obstáculos que se oponen a la participación:* las TIC pueden superar las barreras espacio temporales para que la gente emprenda acciones colectivas en defensa de valores y derechos.
- *Eliminar los obstáculos que se oponen al crecimiento económico:* las TIC permiten a los países en desarrollo aumentar las exportaciones, crear nuevas fuentes de empleo y diversificar la economía.

En virtud de la trascendencia que pueden tener las Tecnologías de la Información y la Comunicación, la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) hace un llamamiento a todo los dirigentes del planeta para que adopten normativas adecuadas que permitan conectar todos los pueblos, estableciendo puntos de acceso comunitario (Florensa, 2003: 10).

Si bien es cierto que este es un objetivo loable y su implementación favorecería a todos los países, especialmente a los que están en vía de desarrollo, no se debe perder de vista que las Tecnologías de la Información y la Comunicación por sí solas no contribuyen al bienestar de las personas si no se articulan en planes macro para la consecución del desarrollo humano.

Según Dubois y Cortés (2005: 10), una propuesta para incorporar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las estrategias de desarrollo, desde el enfoque del desarrollo humano, es considerar el conocimiento como un Bien Público Global (BPG) y, por consiguiente, plantear la política de expansión de las TIC como un instrumento al servicio de ese objetivo.

Medición del avance tecnológico y la evaluación de sus riesgos

El PNUD (2001:41) consciente de las ventajas que traen las TIC, elaboró el Índice de Adelanto Tecnológico tomando como base el progreso logrado en cuanto a la creación y la difusión tecnológica de las naciones, así como al proceso de formación de talento humano en el dominio de las recientes innovaciones. El indicador se centra en medir la creación de nuevos productos y procesos mediante la investigación y el desarrollo, el uso de tecnologías nuevas (y antiguas) en la producción y el consumo, y la existencia de capacidad para el aprendizaje y las innovaciones en materia tecnológica.

Esta medición resulta importante al igual que su contraparte, esto es, la evaluación de los riesgos del cambio tecnológico que deben adelantarse los países. El reto estriba en que dichos cambios tienen que efectuarse aprovechando al máximo sus ventajas, sin incurrir en grandes costos sanitarios, ambientales y socioeconómicos. Esta última situación pone en jaque a los gobiernos, los cuales tienen que someterse a controversias políticas por la implementación. En esta coyuntura surge la pregunta de ¿por qué adaptar nuevas tecnologías? Por tres razones, principalmente: (1) los posibles beneficios que se derivan de ellas pueden ser superiores a los riesgos; (2) el costo de la inercia frente al costo del cambio puede ser una variable importante porque, como lo ha demostrado la historia, las tecnologías que remplazan a las antiguas suelen producir mejorías en los campos donde se aplicaron; y (3) porque es posible reducir la ocurrencia de los riesgos y sus consecuencias con la investigación científica, la reglamentación y la capacidad institucional.

Los países del Tercer Mundo, no obstante, tienen más desventajas frente al cambio tecnológico al no disponer de instituciones que gestionen eficientemente los riesgos. Pero no ser el primero también trae sus ventajas, pues no tienen que asumir los peligros de los pioneros o los que van a la vanguardia de las transformaciones tecnológicas.

El PNUD (2001:69) sostiene que para hacer una evaluación íntegra de los riesgos es necesario ponderar los daños previstos de una nueva tecnología respecto de los beneficios esperados, y comparar éstos con el valor previsto de los daños y beneficios de las tecnologías existentes que se sustituirían y el valor previsto de los daños y beneficios de otras tecnologías que podrían ser preferibles en lugar de las tecnologías nuevas o las existentes.

Esta evaluación debe conceder un papel protagónico a la opinión pública, dentro de un contexto democrático. En otras palabras, la posición de la comunidad debe tenerse en cuenta a la hora de valorar los riesgos y beneficios del cambio tecnológico porque, a la postre, la comunidad es la que aprovecha los beneficios o asume sus costos. Lamentablemente, en el mundo predomina el debate de las grandes instituciones en torno a la viabilidad de una tecnología, sin tener en cuenta al público, situación que genera desconfianza hacia las instituciones especialmente cuando sus decisiones frente a la transformación tecnológica son equi-

vocadas o se demuestra que estaban orientadas a beneficiar económicamente a conglomerados empresariales.

En estas condiciones, se sugiere que para la evaluación de los cambios se tenga en cuenta un método sistemático de evaluación y gestión de riesgos, de manera que se garantice el uso seguro de las nuevas tecnologías. Ello requiere políticas y reglamentación claras, pero no simplemente para limitarse a crear leyes, sino para diseñar mecanismos que permitan el cumplimiento y seguimiento de las disposiciones. La investigación científica es una aliada en este proceso en la medida en que si genera información viable, puede determinar, predecir y controlar los riesgos que entraña el cambio tecnológico. Y un eficiente intercambio de opiniones e informaciones entre las partes interesadas en la gestión de riesgos, contribuye a una toma de decisiones transparente, digna de crédito y que goce de la confianza del público hacia las políticas adoptadas.

En el caso de los países del “Sur”, éstos tienen más dificultades para asumir los cambios tecnológicos y la determinación de sus riesgos, por varios motivos: *personal insuficiente y poco capacitado* para adaptar las tecnologías a los espacios y necesidades locales; *escasez de recursos* para mantener financieramente una reglamentación; y *estrategias de comunicación deficientes* para sensibilizar a la opinión pública sobre la importancia de que exija que se le informe sobre cambios y efectos en la aplicación de las tecnologías. Estos problemas pueden reducirse estableciendo sistemas reglamentarios de bajo costo inspirados en los países que ya los han creado y utilizado; desarrollando las capacidades científicas con fines de adaptación tecnológica de acuerdo con las necesidades locales; fortaleciendo las instituciones reglamentarias y movilizandando la participación de la opinión pública en la evaluación de la tecnología.

La creatividad humana, base para la transformación tecnológica actual

La educación y el desarrollo de las aptitudes de los habitantes de un territorio se constituyen en estrategias fundamentales para el dominio y adaptación de la tecnología a las propias necesidades y oportunidades, y a la introducción de innovaciones.

Los países en desarrollo, además de promover la competencia en

el sector de las telecomunicaciones para abaratar sus costos y poner sus servicios al alcance de la mayoría, deben ejecutar planes que permitan liberar la creatividad de sus ciudadanos hacia los entornos tecnológicos. En este sentido, se recomienda que sus gobiernos *promuevan la investigación y el desarrollo* mediante la inversión pública o a través de la creación de vínculos entre las universidades y la industria, y los incentivos fiscales de la investigación y el desarrollo entregados a firmas privadas; *reformen los sistemas educacionales para responder a los nuevos retos de la era de las redes* y de esa manera imprimirle dinamismo a la creatividad tecnológica a partir de la formación de habilidades técnicas en las personas desde la educación primaria y secundaria hasta la universitaria; *usen la tecnología para mejorar la calidad*, de manera que por medio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, por ejemplo, se diseñen estrategias novedosas que permitan mejorar la educación, en función de los costos y del estado de los equipos; y *seleccionen políticas para una capacitación de mejor calidad* con el apoyo de la inversión privada o alentando a las empresas a que se encarguen de la creación y administración de centros de formación con especialidad en el conocimiento y aplicación de las tecnologías.

Las naciones del “Sur” también disponen de varias políticas para promover las competencias en sus ciudadanos. Estas son: investigar permanentemente con cuáles competencias se cuenta y cuáles hacen falta; incentivar inversiones en capacitación en pequeñas y medianas empresas y orientarlas en planes concretos de formación de personal; y proporcionar capacitación financiada parcialmente a egresados de educación secundaria en instituciones privadas.

El debate sobre los derechos de propiedad intelectual

Existe un debate en torno a los derechos de propiedad intelectual y su incidencia en la tecnología y el desarrollo. Los derechos de propiedad, desde marcas y patentes registradas hasta derechos de autor e indicaciones geográficas, son un estímulo para desarrollar tecnología por cuenta de innovadores, los cuales esperan ganancias sobre sus inversiones. A los innovadores se les otorga el monopolio temporal de sus creaciones mientras recuperan la inversión, para luego, una vez vencida la patente, permitir la competencia a fin de que los precios bajen hasta rayar los

costos de producción. Así las cosas, el régimen ideal de los derechos de propiedad estriba en que se incentive la iniciativa privada para la innovación a cambio de que en el mediano plazo los frutos de la innovación salpiquen a la mayoría de las personas. Sin embargo, esta propuesta suele tropezar con varios problemas: el conocimiento en múltiples ocasiones queda perenne en la empresa privada, no hay una aplicación justa de estos derechos entre los países del “Norte” y del “Sur” y la transferencia de tecnología de los primeros a los segundos no se cumple.

4.4 Aplicaciones de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

Hoy las TIC aparecen en el horizonte como herramientas fundamentales para solventar los problemas sociales, políticos e individuales. Es cierto que en buena parte pueden colaborar con otros medios masivos y alternativos a ofrecer salidas a múltiples dificultades, pero sus aplicaciones dependen del cumplimiento de dos premisas: la primera, son las necesidades y el mejor modo de satisfacerlas, y no las tecnologías, las que deben determinar las soluciones. La segunda, la propia heterogeneidad del mundo y de las circunstancias fuerzan la implementación de soluciones distintas. Y en ese caso, es necesario que las comunidades locales estén involucradas activamente en el diseño de las intervenciones (Sánchez *et al.*, 2003: 21)⁶¹. Así las cosas, las principales aplicaciones que se pueden derivar de las TIC para el desarrollo son las siguientes.

4.4.1 Las TIC para la salud

Las TIC, con una ventajosa relación entre el costo y la eficiencia, pueden servir para mejorar la salud de la población, especialmente de la población vulnerable, en *apoyo para servicios diagnósticos y terapéuticos, coordinación de emergencias y evacuaciones, acceso remoto a información médica,*

61 Los autores agregan que cuando las TIC pueden contribuir a que un paciente del sector rural pueda recibir el concepto de un médico especializado sobre sus síntomas, aunque el galeno se encuentre a miles de kilómetros o cuando un inmigrante puede comunicarse con su familia o parientes que se encuentran lejos, entre otros ejemplos, sí es oportuna su aplicación. La inversión en las Tecnologías de la información y la comunicación adquiere sentido cuando ayudan a satisfacer necesidades básicas y no cuando compiten con recursos limitados de las naciones en desarrollo.

acceso a bases de datos especializadas, capacitación a distancia, apoyo para la toma de decisiones, gestión automatizada de datos clínicos y epidemiológicos, gestión de recursos e integración de datos administrativos y clínicos. Entre las aplicaciones de estas tecnologías a los sistemas de salud se destacan: consulta a distancia y coordinación de emergencias médicas, epidemiología (recogida y análisis de información epidemiológica, medición y distribución de resultados, comunicación de protocolos de apoyo a la toma de decisiones sobre cuestiones de salud pública), administración (para automatizar datos, gestionar recursos humanos y materiales, etc.) e información sobre prevención para la población general.

4.4.2 Las TIC en la educación

Es cierto que las TIC tienen un enorme potencial para ampliar la cobertura y mejorar la educación en el planeta, pero también es cierto que la educación a distancia de calidad, y en su variante multimedia por internet, es cara a menos que se cuente con subvenciones estatales permanentes y relativamente cuantiosas. Igualmente, es preciso recalcar que en los países en vías de desarrollo el sector educativo tiene grandes carencias como profesores mal pagados y sin continuidad en su formación, inexistencia de maestros en el sector rural, pocos libros y material didáctico en general, instalaciones en ruinas, etc., lo que hace pensar que la inversión en tecnologías de punta llegue a ser inoficiosa.

No obstante, cuando los costos disminuyan y las aplicaciones de las TIC sirvan para dar respuesta a las necesidades básicas educativas⁶², se podrían emplear para: *apoyo al personal docente, gestión y planificación* (aumentar la eficiencia de los sistemas educativos al facilitar y simplificar la gestión administrativa), *educación a distancia, educación no formal* (a través de videos, cursos en CD ROM o presentaciones audiovisuales) o *actualización de profesionales.*

4.4.3 Las TIC como soporte de las actividades económicas

Las TIC abren nuevas posibilidades de participación y desarrollo del

62 Moisés López Colomer (2004) clasifica los sistemas en dos grupos, los unidireccionales, que no permiten una interacción directa del alumno, y los bidireccionales que sí permiten esta interactividad.

mercado. ¿Cómo? Un campesino puede consultar los mejores precios que se pagan por sus productos; un mecánico puede pedir por internet un repuesto para agilizar el arreglo de una maquinaria y un empresario tiene la oportunidad de acceder a consumidores de diferentes zonas geográficas. Esas situaciones pueden ser reales pero no suficientes para crear un mejor entorno económico. También, desde luego, se requiere que haya buenas carreteras, eficientes medios de transporte y toda una serie de variables micro y macroeconómicas para poder conquistar nuevos mercados.

4.4.4 Las TIC como herramientas para la participación ciudadana

Las TIC ofrecen grandes cantidades de información y facilitan la creación de foros públicos de discusión e intercambio. Al romper las barreras espacio temporales, agilizan las prácticas comunicativas que redundan en nuevas oportunidades de gestión social, control horizontal y de participación ciudadana, en pro de una mayor transparencia social. Sus ventajas se pueden sintetizar en ser promotoras de la *organización social* y de *denuncia* (dar voz a las reivindicaciones de las personas o grupos discriminados o estimular redes de solidaridad que protestan contra discursos hegemónicos).

4.4.5 Las TIC en el fortalecimiento de la administración pública o e-gobierno

Luis Guillermo Rivero (2003: 40) señala dos ámbitos en los que las TIC pueden contribuir al fortalecimiento de la administración pública. En el ámbito interno, a través de la mejora de la gestión administrativa (eficacia), de la gestión del empleado público y de la eficiencia y economía presupuestaria. En el ámbito externo, en la mejora de la atención al ciudadano y de las relaciones de éste con la empresa, y en el fortalecimiento de la comunicación con otras administraciones públicas.

Muchos de los experimentos del e-gobierno o democracia electrónica guardan características comunes: son percibidos por los actores sociales para revitalizar prácticas democráticas que han ido languideciendo; son asumidos como una manera de reducir la burocracia; son de carácter local o regional aunque en muchos casos ligados a políticas na-

cionales y se basan en infraestructuras tecnológicas similares, pese a que pueden diferir en sus formas organizacionales (Finkelievich, 2001: 72).

Si bien la aplicación de las TIC en este sector está en pleno auge, existen reparos en cuanto a sus resultados debido a que presentan varias dificultades. Una de ellas es que a pesar del incremento del número de usuarios en el mundo, la mayoría de las personas no posee internet. Otra dificultad estriba en la escasa formación en los ciudadanos para fomentar la transparencia en la administración pública. Además, el acudir a la democracia electrónica no implica que todos los males de los gobiernos se eliminen puesto que otras variables como la corrupción y la negligencia afectan decididamente. Esos males se reparan más con el influjo de la política y de la legislación y no tanto con el de la técnica.

4.4.6 Las TIC y la cultura

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación ofrecen posibilidades para la protección de la diversidad lingüística y cultural, el fomento del pluralismo, el diálogo intercultural y el estímulo a la creatividad artística. El pluralismo es evidente cuando se crean en internet medios de comunicación de servicio público en las comunidades, como emisoras de radio, periódicos y centros de información a distancia (González, 2004: 64) y cuando se preserva y fomenta el uso y conocimiento en la red de una lengua minoritaria en el mundo.

4.4.7 Las TIC y las ciencias

Estas tecnologías brindan nuevas posibilidades de acceso, distribución y difusión de la información científica a mayor escala y de forma interactiva. Según González (2004: 79), los grupos de investigadores, universidades, centros de investigación, laboratorios y las redes que promueven los intercambios facilitan la interacción entre científicos mundiales y, con ella, la transmisión de nuevos hallazgos, metodologías de indagación y resultados de estudios que impactan positivamente a la sociedad. Los investigadores del “Sur” suelen ser los más beneficiados porque les ayuda a salir del aislamiento y evita que se radiquen en los países del “Norte” (fuga de cerebros), al encontrar oportunidades de capacitación y desarrollo de sus capacidades en sus lugares de origen.

TERCERA PARTE:
Nuevo modelo para la
televisión y periodismo
comunitarios

5 La televisión comunitaria

Hemos destinado un acápite a la televisión comunitaria pues este sistema, desde el enfoque participativo de la comunicación, puede, en la medida de sus posibilidades y funciones, ayudar en la promoción y fortalecimiento de un desarrollo endógeno y sostenible. En aras de profundizar sobre la naturaleza y filosofía de la televisión comunitaria, presentamos los siguientes temas:

- *Lo estatal y lo comercial como gestores de la televisión comunitaria:* se explica cómo fue la influencia de la televisión estatal y la televisión comercial para la irrupción de la tv comunitaria en el país.
- *La radio abre las puertas a la televisión comunitaria:* se describe cómo la radio en los últimos 60 años se convirtió en el medio democrático por excelencia y cómo esa experiencia le abrió las puertas a la tv comunitaria.
- *El factor económico en el surgimiento de la televisión y el video comunitario:* se establecen las diferencias entre la tv y el video comunitario y cómo el factor económico influye notablemente para el desarrollo de estos medios de comunicación.
- *Fundamentos y naturaleza de la televisión comunitaria:* en este apartado se mencionan y explican cuáles son los fundamentos teóricos de la tv comunitaria que la hacen diferente de otros tipos de televisión. Se hace hincapié en el carácter democrático y participativo de la tv comunitaria, así como en las características de su programación y sus formas de ver y narrar los hechos.
- *Dificultades de la televisión comunitaria:* se hace un recuento de los problemas económicos, institucionales y sociales por los que tiene

que lidiar la TV comunitaria para convertirse en una alternativa real a los medios de comunicación con programación comercial y centralista.

5.1 Lo estatal y lo comercial como gestores de la televisión comunitaria⁶³

La televisión comunitaria debe su origen a tres factores interrelacionados: (1) el estancamiento de la televisión estatal y el surgimiento de la televisión privada, (2) el avance tecnológico de los años 80 y 90 que permite bajar drásticamente los precios de los equipos de producción audiovisual y (3) la influencia de la radio comunitaria. Sin embargo, en el fondo subyacen dos factores más para que este tipo de experiencia mediática se reproduzca en todos los continentes: la desigualdad social y las escasas posibilidades para que los ciudadanos y las comunidades hagan valer su derecho de opinar libremente y de construir su propio desarrollo. En este primer epígrafe se va a describir el proceso que va desde el estancamiento de la televisión estatal y la entrada en escena de la televisión privada como antecedentes para la organización y funcionamiento de la TV comunitaria.

La televisión comenzó siendo de propiedad del Estado, el cual se encargaba de su administración y financiamiento hasta entrada la década de los 80. Si bien hubo esfuerzos para que se transmitiera una pro-

63 Iñaki Zabaleta (2005: 25) señala la presencia de un debate teórico e ideológico alrededor de si la información periodística es una *obra periodística*, un *producto comercial* o un *bien de la esfera pública*. Y si en la recepción, la audiencia está compuesta por *usuarios*, *consumidores* o *ciudadanos*. Para Zabaleta la información periodística es un *bien de la esfera pública* que sirve a la sociedad y no sólo a la audiencia; que se elabora como una *obra periodística*, gracias a la incidencia de una ética, técnica y teoría adecuadas; y que recibe el tratamiento de un *producto* debido a que requiere un proceso productivo empresarial para su elaboración y difusión. En lo relativo a la recepción, el autor se decanta por la definición de *usuario* y, en menor medida, por el de *ciudadano*, pero no por el de *consumidor*. En ese debate subyacen criterios importantes para la distinción entre la TV comercial, la TV estatal y la TV comunitaria. La información periodística en la TV comunitaria, sigue el mismo esquema, pero se enfatiza que dicha información es un *bien de la esfera pública*; que se elabora como una obra periodística con una ética, técnica y teoría ajustada a la naturaleza de los medios comunitarios (contenidos educativos, culturales, promoción de valores individuales y colectivos); y que se convierte en un *producto* por un proceso productivo asociativo y cooperativo (comunidades organizadas) y cuya naturaleza es sin ánimo de lucro, es decir, persigue más la rentabilidad social que la económica. En cuanto a la recepción, la información periodística en la TV comunitaria se inclina por el término *ciudadano*, más que por el de *usuario* y no por el de *consumidor*.

gramación educativa y cultural que resaltase los valores nacionales, esa iniciativa no tuvo el efecto esperado por dos razones, una conceptual o de programación y otra económica.

En términos conceptuales la televisión estatal fue en exceso centralista, pues las imágenes y las voces que allí aparecían reflejaban los intereses y costumbres de las capitales y las grandes ciudades, desdeñando así la rica cultura de la periferia, de las pequeñas poblaciones y de sus gentes. Este carácter centralista fue el caldo de cultivo de nuevas necesidades de expresión, alimentadas por el resentimiento que produce el ser marginado. La televisión estatal se constituyó en el altavoz de los planes gubernamentales, en el arma mediática de dictaduras y gobernantes que emplearon el medio a su antojo para perpetuarse en el poder a costa de la violación de los derechos humanos, como aconteció con algunos regímenes militares en Latinoamérica y Europa.

En términos económicos, la televisión estatal, con algunas excepciones, ha sido económicamente inviable debido a que desde su puesta en funcionamiento se burocratizó, a tal punto que ha resultado oneroso pagar nóminas y mantenimiento, y a que hoy, con la afluencia de los canales comerciales, la torta publicitaria, de la que se alimenta la mayoría de los sistemas, se ha visto cada vez más reducida.

Alfonso Gumucio Dragón (2002) sintetiza las valoraciones antes expuestas sobre la TV estatal de la siguiente forma:

La televisión estatal o pública, que ha sobrevivido en casi todos los países a pesar de la eclosión de las redes comerciales, continúa siendo el *púlpito* desde el que predicán los gobiernos, aunque algunos han tenido la visión suficiente como para abrir espacios a una programación cultural y pública que intenta contrarrestar con producción nacional la abundancia de enlatados de origen norteamericano. En los países industrializados la televisión pública enfrenta problemas de supervivencia y legitimidad, más aún en países dependientes donde el estado es demasiado débil y la cultura no figura en la lista de prioridades.

Para Zabaleta *et al.* (1998: 96) la televisión comunitaria guarda semejanza con la estatal en que ambas tratan temas referentes a la esfera pública, pero la comunitaria representa una esfera pública heterogénea, con múltiples actores, sin hallar un grupo preponderante que defina lo que es racional en la opinión pública. En cambio la TV estatal hace

televisión estándar, con una opinión pública idealizada, y representada como uniforme, homogénea y racional.

Por su parte, la televisión comercial nace en gran medida por los malos manejos administrativos de la tv del Estado y por las presiones de los conglomerados económicos que deseaban incursionar en el negocio de la televisión. Estas presiones pujaron para que la televisión pública fuera vista como aburrida, insostenible, poco plural y represora de la libertad de expresión, defectos que sólo se podían eliminar con el trabajo “eficiente” y “efectivo” de propuestas privadas. Fue así como los gobiernos impelidos por las circunstancias reseñadas empiezan procesos de reestructuración en el ramo de las telecomunicaciones. En la década de los 70 Europa impone un sistema mixto/privado de administrar frecuencias de radio, y en los 80 y 90 el fenómeno se extiende a la televisión (Chaparro, 2002: 70). Transcurridos los años se evidencia cómo el poder económico ha echado raíces en la televisión.

En Europa se privatizaron los monopolios de las televisiones públicas y se permitió la creación de monopolios privados. Por ejemplo, Francia liquidó *TF1*, *Antenne 2* y *FR3*, y concedió licencias de funcionamiento a *Canal Plus* y otros conglomerados que tienen influencia sobre el planeta. Italia, Inglaterra y Alemania hicieron maniobras parecidas al autorizar la eclosión de la televisión por cable, aunque también dejaron un pequeño porcentaje de la propiedad de los canales que antes fueron del Estado. En América Latina la televisión estatal convivió con la tv privada e, incluso, esta última adquirió visos transnacionales al exportar parte de su programación a otras latitudes como lo hicieron Televisa de México y la Red Globo del Brasil. En Bolivia, tras el resquebrajamiento del sistema público, el Estado asignó frecuencias a grupos de inversionistas privados que desarrollaron su trabajo televisivo sin ningún proyecto comunicativo, solamente con el deseo de incursionar en un nuevo negocio a fin de especular (Gumucio, 2002).

En Colombia, los dos canales privados nacionales⁶⁴ fueron asigna-

64 La Comisión Nacional de Televisión anunció que en el 2008 abrirá una licitación pública para adjudicar la licencia de funcionamiento a un tercer canal privado de cobertura nacional. La idea era que el nuevo canal estuviera al aire en el 2009. Sin embargo, ad portas de terminar este libro el Consejo de Estado había declarado desierta la licitación puesto que de los tres grupos oferentes, Planeta –asociado a la Casa Editorial El Tiempo y RTI–, Prisa y Cisneros, sólo uno de ellos,

dos en 1996 a Caracol (Cadena Radial Colombiana, que fuera del grupo Santo Domingo, y hoy pertenece mayoritariamente al grupo Prisa de España) y a RCN (Radio Cadena Nacional, del grupo Ardila Lulle). Su programación actualmente está dirigida al entretenimiento fundamentalmente, y son evidentes sus esfuerzos por manipular la vida política del país pasando por alto los controles de la Comisión Nacional de Televisión.

Los empresarios colombianos ven en la televisión privada no sólo una excelente oportunidad para aumentar sus ingresos, sino un arma política de doble filo que, por un lado, sirve de trampolín para sus propias aspiraciones electorales y, por otro, aumenta la presión sobre los gobiernos, legisladores y sistema judicial para que defiendan y protejan los intereses de las iniciativas privadas.

Una minoría de ellos también intentó cautivar a la audiencia con programas educativos y culturales, pero el surgimiento sin control de muchos canales fue reduciendo la participación de las empresas en la torta comercial, lo que significó la metamorfosis de una programación más social y cultural a otra ligada al entretenimiento y al consumo, si bien con menos criterio social pero más barata y lucrativa.

El aumento en la oferta de canales se mantiene dentro de la línea estrictamente comercial, sin dar lugar a espacios que enfatizen en contenidos educativos y culturales y en la difusión de valores individuales y colectivos. Los nuevos canales así concebidos se suman a la corriente que profesa la uniformidad y el pensamiento único promovido por el neoliberalismo. Es un enfoque que procura conservar adormecida a gran parte de la población para que no sea consciente de males mayores que aquejan a la comunidad, en tanto que estigmatiza a las personas o grupos que apelan a la controversia y a la crítica del *statu quo* imperante.

La televisión comercial sacrifica la credibilidad y el servicio público expresado en la promoción de valores sociales, educativos y culturales por el espectáculo, y considera a la audiencia como clientes potenciales para la adquisición de productos que se atiborran en las pantallas. Así, pues, como lo indica Cebrián (2003: 16 y 17)

Planeta, decidió mantenerse en la subasta. Todo parece indicar que para que el proceso reinicie es necesaria la presencia de más oferentes.

...se busca lo fácil y lo trillado, el espectáculo, las noticias atractivas y se subvaloran o se eliminan las que carecen de imagen. El sentido comercial es incompatible con el servicio educativo que la sociedad requiere sobre todo en las etapas de mayor desarrollo de la personalidad. La cuestión radica en cambiar el enfoque. No se trata de conocer simplemente a la audiencia hasta por su nombre y apellidos, sino de conocerla para establecer una participación, un intercambio, unos servicios que ayuden a conocer mejor la realidad.

El servicio público implica la promoción y el fortalecimiento de valores como la solidaridad, la honestidad, la convivencia pacífica, los cuales son fundamentales para el desarrollo humano. Sin embargo, estos objetivos que deberían ser perseguidos y cumplidos por las televisiones públicas, sólo hacen parte de propuestas que quedan consignadas en el papel de los planes estratégicos pero sin el menor atisbo de llevarse a la práctica.

En la transición de la televisión estatal a la privada han emergido dos propuestas para conciliar los intereses educativos y culturales de la primera con los intereses comerciales de la segunda. Una de ellas es la noción de fortalecer la televisión pública mediante el recaudo de impuestos, que permitan la producción de contenidos educativos y culturales. Y la otra pretende que las organizaciones privadas de televisión incrementen la producción educativa y cultural por exigencia del Estado.

En Colombia⁶⁵, la legislación vigente reconoce cinco tipos de televisión (la pública, privada, regional, local y comunitaria), el Estado conserva el control sobre la infraestructura nacional de telecomunicaciones -considerada un sector estratégico-, y sugiere que la programación se oriente por criterios educativos y culturales. En el Brasil, pese a tener la hegemonía de la Red Globo y de otros canales privados, se cuenta con significativas experiencias en el campo de la televisión educativa y cultural, principalmente en Sao Paulo y en Porto Alegre.

En Argentina, México y Venezuela la desregulación de la televisión

65 El modelo colombiano de TV se describirá más adelante. No obstante, vale anotar que a pesar de que la legislación colombiana permite una participación amplia de modalidades de televisión en el sistema abierto y cerrado, esos avances se pueden ver limitados por la reciente firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos y Colombia. El TLC estipula que Colombia cede espacios para la llegada de producción gringa en detrimento de la producción nacional. Un pormenorizado informe sobre las implicaciones del TLC en la industria cultural colombiana ya había sido realizado por Reina *et al.* (2005).

dio paso a la iniciativa privada, trayendo como consecuencia la consolidación de los monopolios privados, sin que de la mano se diera una mejora en la oferta y calidad de contenidos para que fueran socialmente útiles.

En Chile se cuenta con otra experiencia positiva en materia de televisión pública, gracias a que, como indica Gumucio (2002), la televisión privada se autorizó en el año 1989, y a que la Televisión Nacional de Chile (TVN) dejó de ser un instrumento del gobierno para convertirse en una red pública del Estado, gobernada por un ente autónomo.

Actualmente, la tv pública en general emite casi en la clandestinidad y sin una audiencia fiel y atenta, debido a que los programas carecen de calidad técnica y de contenidos y a que el gusto de los telespectadores ha sido corrompido por una programación netamente comercial enfocada hacia el entretenimiento y la espectacularidad.

La propuesta que busca que tanto la televisión comercial como la pública tengan como prioridades la educación y la cultura en sus contenidos, requiere –como se mencionó anteriormente– una legislación que obligue al sector privado a transmitir programación bajo esos cánones con el control de organismos autónomos que no sufran la presión de los gobiernos de turno ni de los conglomerados económicos.

No obstante, la sola insinuación de esa iniciativa ha sido rechazada por las organizaciones privadas de televisión, las cuales aducen que viola sus derechos a la libertad de empresa y de expresión. Ante ello, Gumucio (2002) afirma que, si los argumentos para oponerse a la televisión en poder del Estado son que ésta restringe la libertad de expresión, impide el acceso de los televidentes a medios plurales, es incapaz de sostenerse económicamente y, sobre todo, carece de una programación entretenida, la situación actual demuestra que la cantidad de canales que se oferta no significa en absoluto un mayor acceso de la gente o una mayor diversidad de voces e imágenes. En síntesis, no se ha creado una televisión de calidad como lo han prometido los operadores privados de televisión.

Ello es evidente en la clase de contenidos que transmiten las televisiones privadas y en la forma de relacionarse con el público. Por una parte, el enfoque de la parrilla de programación se orienta hacia el entretenimiento, la diversión, para lo cual invierten recursos que les permitan ofertar telenovelas, como es el caso más usual en Latinoamé-

rica, películas, música para jóvenes y programas infantiles y religiosos, y comprar los derechos de los partidos de fútbol y de otras competiciones importantes que llaman la atención de la audiencia. Esa insistencia en el campo del entretenimiento se combina con la emisión durante las 24 horas de telediarios o noticieros por donde se pasan las imágenes más espectaculares, sin asomo de contextualización y análisis, y en las que los presentadores se comportan como *vedettes* que atraen la atención de los televidentes.

Los programas de los canales comerciales están saturados de información sobre el espectáculo, la vida de los famosos y sus excentricidades. Los noticieros son uno de esos espacios cuyos segmentos están entregados a la farándula, sección que normalmente aparece al final de los informativos y se caracteriza por mezclar sin ningún pudor el arte con los conflictos matrimoniales y extramatrimoniales de artistas, políticos, empresarios y deportistas. El psicólogo Daniel Goleman, señala en su libro, *Inteligencia social*, cómo la sociedad moderna, que glorifica a los semidioses de la fama y la vanidad, puede estar promoviendo, sin precaverlo, tres enfermedades a las que él llama la “*triada oscura*”, esto es, el maquiavelismo, el narcisismo y la psicopatía, las cuales están íntimamente relacionadas con rasgos poco atractivos como el rencor, la hipocresía, el egocentrismo, la agresividad y la insensibilidad (Goleman, 2006: 163-164). Cabe preguntarse entonces, hasta qué punto los medios de comunicación, en especial la televisión, están promoviendo inadvertidamente estos bajos sentimientos en el público, mediante la difusión de información que exalta las excentricidades, “odios” y “pecados” de los famosos.

Con las empresas de cable sucede algo semejante: la gran cantidad de canales que se ofrecen por el sistema no es sinónimo de mayor participación de la audiencia ni de mejores programas. Entre más opciones tiene la gente para elegir, menos son las posibilidades de hallar contenidos diferentes⁶⁶. Esa parece ser la moraleja que el televidente extrae al saltar de un canal a otro en el sistema de tv por cable, como lo señala Gumucio (2002):

66 La oferta de calidad actual se orienta fundamentalmente a aspectos técnicos, como imágenes en alta definición (HD) y en 3D (tercera dimensión).

Con variantes poco significativas, las empresas de cable ofrecen paquetes de 60 a 80 canales que son pavorosamente parecidos los unos a los otros. Un ejercicio de “zapping” –cambiar rápidamente de un canal al siguiente– suele confirmar que hay muy poco que ver en semejante oferta de canales, a menos que los niveles de exigencia personal sean muy bajos. Está por demás añadir que la mayor parte de la población de nuestros países no puede permitirse el lujo de invertir 30 a 50 dólares mensuales por el servicio de cable.

La saturación de canales con temas superficiales y triviales ha terminado por condenar al telespectador a un papel pasivo frente a lo que pasa a su alrededor. La gratificación que él recibe consiste en dedicar horas y horas de su tiempo al entretenimiento para alejarse de los conflictos diarios, a costa de convertirse en un ser humano sin capacidad de reflexión. Además, la relación que establecen los canales privados con la audiencia también consiste en conocer sus hábitos de consumo para bombardearla con contenidos que aumentan el impulso de comprar cosas aunque a veces no se necesiten. De hecho, los encargados del marketing y de la publicidad de las empresas televisivas se esmeran por incentivar en el público una supuesta participación del televidente mediante llamadas telefónicas, correos electrónicos⁶⁷ o mensajes de texto desde la telefonía móvil celular, que sólo se limitan a guiarlo subliminalmente hacia el interés que tiene el anunciante o el medio de comunicación.

Mariano Cebrián (2003: 122), por su parte, resume en siete criterios la forma como se desarrolla la televisión comercial, concretamente su programación generalista. Estos criterios involucran tanto el ámbito conceptual y de contenidos televisivos como su producción técnica:

- Popularización de los contenidos de entretenimiento como gancho de audiencia en detrimento de otros que ayuden a comprender mejor el entorno de cada ciudadano. Junto al crecimiento de lo espectacular y de la distracción hay una disminución de los hechos de la vida política, económica, social y cultural. La televisión tiende a ser instru-

67 Para ello las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en especial internet y la radio y televisión digitales, emplean la interactividad para que el televidente asuma un papel (supuestamente) activo en los contenidos de los programas e incluso en los productos que le son ofertados (Lara, 2005: 4). El envío de los sms, dicho sea de paso, le conviene a los productores de televisión puesto que parte del valor del mensaje es transferido al canal o a la productora por parte de la empresa de telefonía móvil, con lo cual se asegura otra fuente de financiamiento de los programas diferente de la de los anuncios.

mento de entretenimiento en lugar de conocimiento de la realidad.

- Degeneración en la exaltación de determinados personajes de la vida del famoso. La televisión engendra estrellas caracterizadas por el escándalo público o por vicisitudes diferentes a las laborales.
- Enorme debilitamiento de la información como forma de conocimiento de la realidad. La información pierde fuerza como interpretación rigurosa y contrastada e incurre en la exaltación espectacular de los hechos y de los tratamientos narrativos.
- Subversión de los valores de la realidad y de los intereses y preocupaciones de los ciudadanos. La televisión, y los medios de comunicación en general, construyen la realidad pública según lo que ellos consideran que son los intereses de los ciudadanos, pero no los problemas reales de éstos.
- Los contenidos informativos se reducen en el tiempo.
- Los tratamientos desarrollan formas espectaculares y llamativas de la atención del espectador tanto en el enfoque de planos como en el relato global de los hechos. Se busca el involucramiento del espectador mediante detalles anodinos pero provocativos. Todo el enfoque está en función del espectáculo.
- Se aceleran los ritmos expositivos. Los planos cada vez aguantan menos tiempo, se modifican sin justificación alguna los ángulos o puntos de vista, se construyen relatos no tanto por su secuencialidad cuanto por un montaje de impacto impresionista al estilo de los relatos publicitarios.

5.2 La radio abre las puertas a la televisión comunitaria

No es exagerado señalar que los orígenes de la televisión comunitaria, su filosofía y desarrollo se deben en parte al trabajo realizado por la radio comunitaria en los países en vías de desarrollo. *Radio Sutatenza* en Colombia (1947) y *Radios Libres* en Bolivia (1944), para citar sólo dos casos, son antecedentes sustanciales para pensar que los medios de comunicación se convierten en herramientas importantes para promover el desarrollo desde los pensamientos, inquietudes y necesidades de la gente.

La radio hizo posible que las grandes mayorías pudieran hablar,

justamente porque la concepción dialógica del medio era esa. La independencia informativa, a favor de los pobres, fue de alguna forma un enlace con la democracia, señala Rosa María Alfaro (2000):

La radio fue el medio que mejor permitió explorar esta perspectiva. Experiencia que además comprometió a todo el continente, no sólo usando radios pequeñas de corto alcance sino otras de gran potencia. Se coincidió desde la práctica con la imagen de las mil voces que propuso el *Informe Mac Bride* como Nuevo Orden Internacional de las Comunicaciones”. La radio fue la que revaloró el concepto de lo comunitario al poner a la comunicación como el órgano vital que recogía los diagnósticos e iniciativas de la gente para conocer su propia realidad y darle estímulo a las acciones para que provocaran cambios profundos en aspectos económicos, políticos y sociales.

La televisión comunitaria se nutrió del experimento de la radio comunitaria a tal punto que hoy los fundamentos de este tipo de televisión son prácticamente calcados de lo que representó y representa la radio para cimentar las bases del progreso de las gentes, cuando se utiliza con carácter participativo, autogestionario, liberador, activista y como motor de las transformaciones sociales. Bajo esa premisa “la experiencia de la radio comunitaria debe ser la que inspire el desarrollo de la televisión comunitaria, pues no se puede negar ni olvidar medio siglo de experiencias que, particularmente en América Latina, han demostrado que la radio comunitaria es un instrumento de la identidad cultural, de la organización comunitaria y del desarrollo” (Gumucio, 2002).

En el libro *Haciendo olas, historias de comunicación participativa para el cambio social* (2001), presentado a la Fundación Rockefeller y dirigido por Alfonso Gumucio, se reseñan las experiencias más significativas de medios de comunicación que han tributado para el desarrollo de los pueblos. En el informe se cita la labor del teatro, la televisión, el video y los telecentros, pero con especial énfasis la de la radio comunitaria como gestora de procesos encaminados al progreso y bienestar de la población vulnerable.

Hace 50 años la radio se constituyó en la pionera del concepto moderno de la comunicación para el desarrollo, gracias a sus facilidades técnicas y baja inversión, así como a la familiaridad y complicidad que tiene con el oyente. La televisión comunitaria, si bien está llegando a ser mucho más íntima y personal para el público, tiene en su contra el

tener que mantenerse con unos costos de inversión mucho más altos que los de la radio. Y Aunque las radios comunitarias se han extendido por regiones diversas y cuenta con experiencias positivas en Colombia, país cuyo servicio comunitario de radiodifusión sonora es modelo en el mundo gracias a que su legislación⁶⁸ facilita el acceso de este servicio a toda la ciudadanía incluyendo a las minorías étnicas (indígenas y afrocolombianos), en otras naciones tienen dificultades legales y económicas para su normal funcionamiento.

5.3 El factor económico en el surgimiento de las televisiones y videos comunitarios

El surgimiento de la televisión y el video comunitario tiene origen en la reducción de los costos de los equipos en EE.UU., que se emplean para la producción audiovisual. Ese es el caso de la televisión comunitaria, cuyo nacimiento se remonta a los años 80 cuando se produce en Estados Unidos el suficiente desarrollo tecnológico para permitir un descenso drástico en los precios de los equipos de producción y transmisión. De esta forma, en Norteamérica y desde allí a todo el mundo, comienzan a aparecer las modernas antenas parabólicas con capacidad para captar y transmitir gran cantidad de canales originados en diferentes países. En América Latina el *boom* de las antenas parabólicas estimuló el negocio de las telecomunicaciones, al tiempo que se fueron creando las condiciones para que emergieran las primeras producciones de televisión propias, gracias a la disminución de los costos de las videograbadoras y equipos de edición.

La proliferación del video independiente o comunitario también fue provocada por los adelantos tecnológicos, ya que posibilitaron la existencia en un solo artefacto de la cámara de video y la grabadora a un precio asequible. Las cámaras se hicieron más livianas y fáciles de trasladar, además de que sus componentes electrónicos mejoraron junto con la calidad de la imagen.

68 La legislación sobre la reglamentación del servicio comunitario de radiodifusión sonora, las condiciones de la prestación de este servicio así como el otorgamiento de concesiones, está contemplada en los Decretos 1445, 1446 y 1447 de 1995 y en el Decreto 1981 de 2003 (Ministerio de Comunicaciones de Colombia, 2006).

Las primeras experiencias estuvieron dirigidas a la producción de videos familiares. Los sindicatos, los grupos de mujeres y jóvenes, las comunidades indígenas y otros sectores se “armaron” de cámaras de video para documentar su realidad, tanto en los países industrializados como en los dependientes. El activismo político del video ayudó a crear conciencia sobre la libertad de expresión y de organización, así como a adelantar y sostener proyectos de desarrollo.

Algunas producciones de relevancia utilizando video son la tv de los Trabajadores, tv Viva en la ciudad de Recife, o tv Maxambomba en Río de Janeiro en Brasil, y la tv Serrana de Cuba cuyo grupo gestor produce y difunde sus documentales y video cartas en una zona rural olvidada por los medios de comunicación estatales de Cuba; el Grupo de Video Comunicarte de Guatemala, cuyas imágenes denunciaron los atropellos del ejército; Video Sewa en la India para el fortalecimiento de la organización comunitaria y la participación de la mujer; Video Kaya en Brasil que centró su trabajo en la identidad cultura y la lucha por los derechos sobre la tierra y Video y Sueños Comunitarios en Egipto promotor de la salud reproductiva.

Vale anotar que entre la tv y el video comunitario aparecen diferencias atribuidas al contexto en el que son empleados los dos sistemas. El video tiene un carácter informal y libertario, es decir, su producción no obedece a las lógicas organizacionales, sin embargo, en algún momento pueden nutrir la programación de la televisión en poder de la comunidad; en cambio la televisión comunitaria sí necesita una base organizacional que se traduce en poseer una infraestructura de producción y transmisión y de nuevas reglas de juego, como responder a un horario, a un calendario, a una estructura administrativa que impone tiempos, ritmos y contenidos.

Gumucio (2002) concluye que la televisión comunitaria posee otras reglas de juego como producir un mínimo de horas diarias o semanales y estar al aire todos los días para darle continuidad a su programación. Además, en el aspecto logístico debe tener en cuenta más y mejores equipos de producción, capaces de soportar el uso diario e intenso; más personal técnico especializado y administrativo; vinculación orgánica con las organizaciones comunitarias, con los dirigentes locales, y con otros factores de poder local; y planes anuales, metas de producción y difusión.

5.4 Fundamentos y naturaleza de la televisión comunitaria

Tradicionalmente se han denominado a los medios de comunicación participativos y democráticos como libres, populares, asociativos y alternativos, pero hoy el término “comunitario” es el que ha terminado por acoger al resto, puesto que resalta la idea de comunidad y destaca el valor democrático de poner algo en común.

Manuel Chaparro ubica a estos medios en el *tercer sector*, y advierte que por poseer la característica de alternativos no se les debe estigmatizar catalogándolos como marginales. El autor también señala dos vertientes de los medios de comunicación audiovisuales, cada una con sensibilidades opuestas pero complementarias en las sociedades democráticas. La primera está referida a los medios audiovisuales promovidos por la gran industria audiovisual pública y privada y, la segunda, la perteneciente a los medios del *tercer sector*, los cuales son gestionados por organizaciones civiles sin ánimo de lucro con el propósito de democratizar el espacio radioeléctrico, la información que circula por él, y estimular la diversidad en el discurso (Chaparro, 2002: 26 y 66).

En la primera vertiente localiza a los medios audiovisuales de tipo comercial, enmarcados en el modelo persuasivo, los cuales siguen la línea de fomentar el consumo y la actitud apática y pasiva del televidente frente a su propia realidad, pues le apuestan a la hegemonía de un discurso único. Mientras que en la segunda vertiente ubica a la televisión comunitaria, ya que en ella se incorpora la relación dialógica, esto es, un intercambio real, efectivo y equitativo entre los que intervienen en el proceso de la comunicación: el emisor y el receptor.

Para Alfonso Gumucio (2002: 1) la televisión comunitaria surge como respuesta al vacío de comunicación creado por los medios de comunicación tradicionales que no tienen en cuenta las voces locales y su objetivo no es imponerse a gran escala ni desatar una lucha sin cuartel por las audiencias, sino rescatar el *pálpito* de la comunidad, el *pulso* de la vida cotidiana. Agrega que la relación dialógica es un elemento sustancial de la televisión comunitaria; sin embargo, existen otros factores que moldean sus fundamentos y naturaleza. Estos son:

- *La participación comunitaria*: la televisión comunitaria no debe nacer

de un interés comercial o político, sino de una necesidad sentida de la comunidad. El medio, por tanto, no le viene impuesto al colectivo sino que éste es su artífice en todo su proceso de gestación, instalación y gestión. Sólo de esa forma se estaría hablando de “apropiación” de la televisión comunitaria por parte del grupo al que va dirigido y al que debe su naturaleza: la comunidad. Si las personas son las que sacan adelante este medio alternativo están garantizando, en un gran porcentaje, su sostenibilidad y perdurabilidad. Este tipo de televisión tiene valor real en la medida en que tiene la facultad de integrar y ser portavoz de las inquietudes comunitarias y facilitadora de procesos para que la gente luche por obtener mejores niveles de bienestar, como superar la pobreza, la marginación política y el dominio cultural. Por tanto, quienes aparecen en la pantalla son todas las personas y no siempre los políticos, grandes empresarios y líderes sociales.

- *Contenidos locales*: lo que realmente diferencia a una televisión comunitaria de una televisión comercial es la emisión de contenidos locales, y el desarrollo de un lenguaje propio, es decir, una forma particular de ver y contar los hechos distinta de la que se hace desde el periodismo estándar de la televisión comercial. Por eso el periodista comunitario establece una relación comprometida con la comunidad, difícil de lograr por el comunicador de una cadena comercial. Si la televisión comunitaria llena su parrilla de programación de películas, deportes y farándula internacional, no está cumpliendo la labor educativa y cultural que se espera de ella. Sus contenidos deben más bien enfocarse hacia temas de salud, educación, la recuperación de la memoria histórica de los pueblos, democracia y ciudadanía (derechos y deberes ciudadanos), convivencia pacífica, medio ambiente, civismo y organización social, sin dejar de un lado los aspectos lúdicos representados en las fiestas, música local, etc. Estos tópicos deben ser tratados con amenidad y contando con la participación de la gente. Luego, a medida que el medio vaya adquiriendo su propio lenguaje y técnica, y el periodismo que realice se especialice en comunicación y desarrollo, se puede ir evolucionando hacia formatos de mayor complejidad como documentales o espacios de ficción.
- *Tecnología apropiada*: algunas organizaciones audiovisuales comunitarias suelen subdimensionar o sobredimensionar los aspectos

tecnológicos a la hora de comenzar la producción propia. Los subdimensionan cuando adquieren equipos de grabación y edición de televisión frágiles, que no aguantan el uso diario y sostenido. Y los sobredimensionan cuando compran artilugios demasiado sofisticados, caros y difíciles de cambiar cuando cumplen su vida útil. Lo ideal es que a la hora de decidir la compra se analice la relación costo beneficio o que se vayan adquiriendo artefactos fáciles de manejar y resistentes y se vayan gestionando otros de mejor tecnología a medida que se logra mayor pericia en el manejo y se mejoran las finanzas de la organización comunitaria.

- *Pertinencia cultural y lengua*: esta televisión tiene el compromiso de elaborar una propuesta estético-televisiva y cultural propia, que sea del agrado de una audiencia crítica que defienda su televisión y aporte para su mejoramiento. El centro del asunto estriba en destacar la cultura local, sin que ello implique no mostrar las otras. Pero la esencia de su programación debe transmitir los valores y contradicciones del ser de determinado sitio o pertenecer a una cultura, situación que se debe reflejar en las presentaciones, el decorado, la expresión de los periodistas, sin caer en la populachería. No es sólo dar a conocer los valores culturales, sino adquirir la obligación de promover y lograr el desarrollo, el progreso humano de sus gentes, despertando en ellas las viejas solidaridades comunitarias como lo afirma Martín Barbero (1987).
- *Convergencia*: con la eliminación de las fronteras físicas gracias a los avances tecnológicos, resultaría ilógico que la televisión comunitaria permaneciese aislada, sin la posibilidad de mostrar sus logros y adelantos al mundo. Para trascender hoy más que nunca es necesario que esta televisión negocie con otras experiencias similares y establezca alianzas con diversas instituciones que le aporten a su desarrollo, sin perder su naturaleza participativa y comunitaria. Internet es un buen medio para alcanzarlo, bien sea como un servicio adicional de tipo social que se presta a los colectivos o como una herramienta que permita dar a conocer la programación y filosofía de la organización audiovisual comunitaria y crear redes de apoyo con otras entidades (Gumucio, 2002).

En síntesis, la televisión comunitaria apunta a despertar la inteligencia del público, no a adormecerla. Y por el hecho de no perseguir la rentabilidad a ultranza, tiene la misión de innovar, crear otros géneros diferentes de la televisión comercial, y ser aceptada popularmente como una televisión de calidad. Sobra decir que debe ser ampliamente democrática e incentivar la postura crítica, participativa y propositiva de la audiencia y emplear, cuando sea el caso, formatos didácticos, pedagógicos y educativos para formar a la comunidad en temas que son de interés general. La televisión comunitaria debe suministrar información útil que ayude a resolver problemas prácticos del día a día. Su interés no es el de aumentar la audiencia a costa de lo que sea, como lo hacen las empresas audiovisuales privadas y comerciales cuando programan contenidos que violan la intimidad de las personas o explotan el morbo y la sensibilidad colectiva con imágenes violentas y descontextualizadas.

Gumucio (2007: 206 y 207) señala que los medios alternativos son de gran importancia para la defensa de los valores humanos y la diversidad de culturas, idiomas, y creencias. Agrega que éstos tienen que pensar localmente para consolidar la identidad cultural y reflejar las necesidades de la comunidad, para hacer frente a la homogenización cultural que promueve la globalización. Finalmente, sostiene que los medios comunitarios tienen algo en común que debe ser preservado y desarrollado: la participación y el diálogo. Si existe, puntualiza, una línea que separa los medios comerciales globalizados de los medios comunitarios, es precisamente que estos últimos fomentan ampliamente la participación en sus diferentes formas y el diálogo para construir alianzas y coaliciones.

5.5 Dificultades de la televisión comunitaria

Una de las dificultades más importantes por las que atraviesan los gestores de la televisión comunitaria está en sus propias concepciones, concretamente en pensar que la comunidad, la gente del común no tiene criterio para el manejo de los medios de comunicación. Este es un obstáculo que sólo se supera empoderando a las personas y acompañándolas en ese proceso, bajo los criterios de organización y participación comunitaria, además del apoyo que pueden brindar otras instituciones gubernamentales, privadas o no gubernamentales. Entidades de esa naturale-

za pueden mejorar el trabajo de las personas que laboran en la televisión comunitaria mediante procesos de capacitación orientados a la creación de un modelo periodístico, institucional y de producción de contenidos que privilegien la promoción del desarrollo humano. Esta iniciativa debe contemplar mecanismos que fortalezcan el trabajo comunitario en ambientes normalmente conflictivos como los que discurren en países en vías de desarrollo, para que se faciliten la crítica, la participación, los consensos y la toma de decisiones.

En este sentido, Miguel Ángel López-Hernández (1997: 4) señala que la tv comunitaria debe ser un medio de pertenencia colectiva, de patrimonio cultural en comunidad con todos, y para construirlo se requiere un plan de acercamiento e intercambios entre todos y cada uno de los sectores que conforman la comunidad. Con ello se pretende que la fuerza colectiva halle vías de salida y proyección a su propia creatividad.

Otra dificultad por la que afrontan estriba en la presión que ejercen las empresas audiovisuales privadas sobre los gobiernos para que no se reconozcan, reglamenten y promuevan los medios comunitarios. Es una estrategia que se usa para evitar que los medios comunitarios progresivamente vayan ampliando su participación en los índices de audiencia y vayan despertando en el público la conciencia crítica y propositiva, frente a los temas que los aquejan diariamente y sobre los que se ejerce cierto veto por cuenta de gobiernos y conglomerados económicos.

Por tanto, para Gumucio (2006), los medios apropiados por las comunidades tienen como reto lograr la sostenibilidad económica, institucional y social.

La *sostenibilidad económica* es el talón de Aquiles de muchas propuestas comunitarias pues la mayoría no cuenta con los suficientes ingresos perdurables en el tiempo que hagan posible el funcionamiento continuo del medio de comunicación. Algunas lo hacen a través de aportes externos pero una vez se agotan, la iniciativa decae y desaparece. De ahí la importancia de buscar fuentes de financiación que no sacrifiquen el espíritu independiente de la televisión comunitaria. Por eso ha habido propuestas que van desde la financiación por medio del recaudo de impuestos, como sucede en Inglaterra, y la recepción de recursos provenientes de la cooperación al desarrollo, hasta los aportes de la comunidad, la contratación de la publicidad y la utilización del voluntariado.

Son alternativas que si no se conciertan con los fundamentos y naturaleza comunitarios, pueden truncar la perspectiva esencial de mejorar las condiciones de vida de la gente y estimular su participación.

La *sostenibilidad institucional* se refiere a la consolidación de un marco que facilite los procesos participativos. Por un lado, se requiere un marco legal que regule y establezca políticas nacionales tendentes a garantizar la existencia y avance de las organizaciones audiovisuales comunitarias. Por otro, no se puede obviar que para el desarrollo de una iniciativa mediática de esta naturaleza se necesita generar todo un sistema organizativo, que estipule procedimientos, relaciones humanas y laborales, democracia interna y mecanismos de decisión y transparencia de la gestión de la TV comunitaria.

La *sostenibilidad social* es igualmente importante. Puesto que si la propuesta audiovisual no está ligada a la participación de los actores sociales, con el respaldo de la audiencia en términos no sólo de cantidad sino primordialmente de calidad del compromiso, ésta se condenará al fracaso y hará parte de una frustración más de las comunidades menos favorecidas.

6 Modelos de televisión comunitaria

En la literatura sobre medios comunitarios son abundantes las referencias a los modelos de la radio comunitaria y no tanto a los de la televisión comunitaria debido a que estos últimos fueron creados hace pocas décadas y tienen más dificultades económicas y legales para funcionar. En este acápite, no obstante, se describirán básicamente los modelos de televisión comunitaria existentes en algunos países y las experiencias positivas que se desarrollan en otras naciones, aunque no cuenten con un marco legal institucional que las avale.

6.1 El modelo norteamericano de televisión comunitaria

La aparición y desarrollo de la televisión comunitaria se debe a los movimientos cívicos que nacieron en Canadá y Estados Unidos, para pedir la democratización de los medios de comunicación. La diferencia entre ambos países radica en que las experiencias en medios comunitarios en Canadá tienden con más ímpetu a revalorar y proyectar la identidad cultural de los grupos originarios del territorio, mientras que en Estados Unidos buscan manifestarse a favor de la libre expresión.

La televisión de acceso público tuvo su origen a finales de los años 60 y comienzos de los 70 en Estados Unidos y Canadá, mediante el soporte de la televisión por cable, distinto de la *Public Broadcasting Service*, PBS. La idea de los movimientos sociales que propugnaban por mayor acceso a esta televisión consistía en lograr la reserva de canales de televisión por cable para usos no comerciales, y su raíz estuvo en elementos como (1) la alta tecnología de la comunicación de masas (cámaras y

magnetófonos portátiles); (2) la comunicación oral tradicional; y (3) la extensión de los sistemas de cable en las ciudades.

6.1.1 El modelo canadiense

El experimento canadiense comenzó con el *Challenge for Change*, adelantado por el gobierno en 1966 con el propósito de comunicarse con los ciudadanos más necesitados, de conocer sus anhelos y de establecer un contacto directo gobierno-comunidad para aplicar políticas sociales. Este proyecto sentó las bases filosóficas y experimentales para el posterior surgimiento de los canales de acceso público en el mundo (Zabaleta *et al.*, 1998: 99).

En el año de 1968 se producen dos fenómenos que dinamizan la TV comunitaria: la introducción del equipo portátil de video *Portapak* de Sony (cámara y magnetoscopio) y el crecimiento de la televisión por cable en Canadá, que obtuvo el 25% de penetración en los hogares. En ese mismo año también nació el *Canadian Radio-Television Corporation* (CRTC). Aunque esta institución inicialmente se opuso a la legalidad de la TV Comunitaria, hoy se ha constituido en la autoridad audiovisual que la apoya incondicionalmente y ha servido de modelo inspirador a la comunidad francófona belga y al CSA francés.

En 1970, la iniciativa *Challenge for Change* auspició el experimento de televisión de comunidad en *Thunder Bay*, Ontario, el cual se puede considerar el primer caso de canal de acceso público, pese a que sólo duró dos años debido a las críticas y resistencias del sistema político establecido. Esta propuesta, no obstante, sirvió de ejemplo para que salieran al aire canales de la misma naturaleza. Igualmente motivó que el CRTC aprobara en 1971 un informe sobre la televisión por cable, "*Police Statement on Cable Television*", que exigía a los operadores de cable establecer canales de acceso público. Hoy en día, como afirma Chaparro (2002: 116), en Quebec son una tradición las televisiones comunitarias de acceso público, y en el resto del país resalta el trabajo de *City TV* en Toronto, con un formato original de acceso que le ha hecho ganar credibilidad.

En términos generales, Canadá ofrece mayor protección a la televisión de la comunidad que los Estados Unidos, gracias al desempeño del

CRTC –que es un organismo independiente del poder ejecutivo–, pues todo su accionar se destina a brindar utilidades a la ciudadanía, velando por sus intereses. El CRTC también interviene para evitar concentraciones y regular un mejor aprovechamiento del sistema emisor para la audiencia. Además, “para impulsar una mayor pluralidad y garantizar la presencia de colectivos sociales, obliga a los operadores de cable a intervenir el 5% de sus ingresos en contenidos de carácter comunitario y a ceder dos canales locales para estos usos” (Chaparro, 2002: 80).

6.1.2 El modelo estadounidense

El pionero de la tv de comunidad en EE.UU. fue George Stoney, cineasta y documentalista, quien en 1971 creó el *The Alternate Media Center* en New York, con el propósito de incentivar la participación de la gente del común en la producción de tv, en especial en la televisión por cable. La televisión por cable, luego de librar una lucha de intereses con la tv pública estatal en el periodo 1968-1972, puso en marcha y financió el primer canal de acceso público, denominado *Daly City* (Virginia), que sólo duró dos años.

Los colectivos de video radical en los años 60 y principios de los 70 también ayudaron a impulsar la tv comunitaria. Estos colectivos surgidos de la sociedad y fuera de la industria del cable y de las instituciones establecidas, se manifestaron a favor de la libre expresión, los derechos civiles y la lucha antibélica.

Con la experiencia del *Daly City*, una comisión de expertos de New York concedió a dos operadores de cable, *Sterling Information Services* y *Telepromter Corporation*, las franquicias de Manhattan a cambio de que entregaran dos canales a los ciudadanos. Eso hicieron los operadores, además de reservar otros dos para el uso educativo e institucional de la ciudad de New York. Desde este momento el enfoque comunitario se fortaleció, pero luego fue necesario dotarlo de buenos programas y contenidos. Para ello se crearon cinco centros de formación y producción, uno de los cuales fue el *Open Channel de Theadora Sklover*, financiado por la fundación *Markle*.

En 1970, la fundación *Alfred Sloan* creó una comisión para estudiar el porvenir de la tv por cable en Estados Unidos y sus relaciones con los

canales de acceso público. Esta comisión sugirió que cada sistema de cable debía de tener al menos dos canales de acceso público para servir de “voz a la comunidad”, y dio pie para que en 1972 la FCC aprobara un decreto donde se autorizaban muchas otras recomendaciones como la de que todos los operadores de cable de los 100 mercados más importantes estuvieran obligados a reservar tres canales de acceso, no comerciales, a contenidos educativos, de origen gubernamental/municipal, y un tercero de naturaleza pública para el uso gratuito y sin límite de tiempo de la comunidad (Zabaleta *et al.*, 1998: 102).

En 1976 se creó la *National Federation of Local Cable* (NFLCP), organismo coordinador del movimiento por la televisión de comunidad por cable. A partir de 1992 ese organismo pasa a llamarse *Alliance for Community Media* (ACM). A principios y mediados de la década de los años 70 se había vivido una perfecta comunión entre las empresas de cable y los movimientos sociales, pero a finales de esa época las cosas comienzan a cambiar cuando una sentencia judicial dictamina que la FCC no tenía autoridad estatutaria para exigir a los operadores de cable, concretamente a la *Midwest Video Corporation*, los canales de acceso público. Las organizaciones de la industria del cable, reunidas en el *Nacional Cable Television Association* (NCTA), siguieron presionando para que se aprobara una ley que no obligara a estas empresas a ceder sus canales para la TV de acceso público. La iniciativa fue rechazada por el Congreso.

En los años 80, durante el gobierno de Ronald Reagan, se produce la desregulación del sector con la Ley de 1984 sobre la televisión por cable, que daba casi plena libertad a estas empresas para determinar si daban o no canales de acceso público. Algunas cerraron las puertas a las iniciativas de la gente del común y otras mantuvieron sus puertas abiertas a la producción televisiva de la comunidad, gracias a la presión social.

Hubo un programa que se caracterizó por criticar el orden político imperante en Estados Unidos, mediante un lenguaje informal, no tecnocrático. Fue el espacio llamado *Paper Tigre TV*, iniciado en 1981 y dirigido por un grupo de New York en cabeza de los productores independientes DeeDee Halleck y Leza Bear. Tras el éxito alcanzado, el grupo de New York puso en funcionamiento otra experiencia del mismo corte social y democrático. Se trató del proyecto *Deep Dish TV*, la primera cadena nacional de acceso público por satélite fundada en 1986,

que transmitía programación a los canales de acceso público de todos los sistemas de cable de los Estados Unidos que lo quisieran. El tercer proyecto del mismo colectivo fue el *Gula Crisis TV Project*, en el que se analizaban las causas y consecuencia de la Guerra del Golfo Pérsico desde el punto de vista doméstico (en el interior de EEUU) y exterior. A pesar de la buena aceptación de estas tres iniciativas, las mayorías del partido republicano trataron de disminuir el impacto de la televisión pública comunitaria, primero, a través de la Ley de 1984 y, luego, con pequeñas propuestas legislativas que pretendieron beneficiar a los grandes conglomerados de medios.

En Estados Unidos la televisión privada ha reducido a la marginalidad al sector radiodifusor público y, por ende, a su audiencia. La *Nacional Public Radio* (NPR) y el *Public Broadcasting Service* (PBS) son los responsables de los medios públicos “pero, al contrario que las grandes corporaciones europeas, se basan más en el concepto de red, en el apoyo que le prestan, o que nace, desde los medios comunitarios o alternativos” (Chaparro, 2002: 77). Estos últimos están diseminados a través de emisoras por todo el territorio federal, pertenecientes a instituciones y organizaciones sociales sin ánimo de lucro. Además, “en el PBS el 49% de las Televisiones Públicas (PTV) son de propiedad de asociaciones ciudadanas; el 31%, de universidades mayoritariamente públicas; el 14% de estados federales, y el 6%, de municipios (Bertrand, 1992 citado por Chaparro, 2002: 78). El sostenimiento de estas televisiones depende en un 20% de fondos federales y el resto de donativos y recursos de la *Corporation for Public Broadcasting* (CPB), así como de la misma industria de cable.

Para el acceso a la TV Pública en Estados Unidos, de acuerdo con Riddle (1997, citado por Zabaleta et al., 1998: 96), se requiere:

- Para que el operador de cable lleve a cabo su negocio necesita instalar el cableado sobre terreno público y para ello debe recibir una franquicia.
- Las ciudades, a cambio de la franquicia, obtienen del operador un porcentaje de los ingresos brutos y el control de algunos canales de su sistema para destinarlos a contenidos educativos, gubernamentales o municipales, y públicos.

Los canales educativos son empleados por universidades e instituciones similares para la formación a distancia o para comunicaciones internas. Los canales de acceso gubernamental son utilizados por ayuntamientos para informar sobre servicios oficiales disponibles para los ciudadanos y transmitir información no política. Y los de acceso público son los canales para la participación de la comunidad, sin control editorial. Los Centros de Comunicación Comunitarios –*Media Community Center*– “desde donde se gestionan los canales de acceso público son regidos por un consejo de directores, formado por representantes de los organismos cívicos, que no interviene en el control de los contenidos de la programación” (Zabaleta *et al.*, 1998: 98).

Actualmente en EE.UU., las emisoras de TV comunitaria garantizan el servicio público a través de la PBC. De acuerdo con la *Alliance for Community Media*, organización no gubernamental de los medios de acceso público, 1,2 millones de voluntarios producían más de 20.000 horas de programas en los más de 3.000 centros de acceso, como el centro de Tucson (Arizona), que funciona con contrato de la municipalidad, posee cuatro canales por cable y una programación de 15.000 horas al año. Un ejemplo parecido es el *Deep Dish TV*, el cual, desde 1986, distribuye por satélite programas a los canales de acceso público de todo el país.

Sin embargo, la realidad de la TV comunitaria es heterogénea en el país, puesto que en algunas ciudades como New York existen trabajos significativos en los que la comunidad se ha apropiado del medio de comunicación; en otras ha perdido intensidad a causa de la debilidad de los mismos movimientos cívicos y sociales y, por ende, sus logros en materia de democratización de la televisión han sido insignificantes.

6.2 El modelo latinoamericano de televisión comunitaria

Además de la TV comunitaria en Colombia, Latinoamérica en general cuenta con una rica experiencia en medios comunitarios, producto de las orientaciones de distintos autores que han desarrollado este campo de la comunicación audiovisual y del trabajo de movimientos cívicos que han presionado a los gobiernos para que democratizen el espectro electromagnético. Estas experiencias han sido más visibles en la radio

comunitaria, a causa de que este medio ha tenido una influencia preponderante en el desarrollo de los pueblos latinoamericanos. Basta recordar las experiencias pioneras de las radios mineras en Bolivia en 1944 y Radio Sutatenza en Colombia en 1947 –primeros antecedentes de la comunicación para el desarrollo–, para comprender el impacto social que el medio ha tenido en la región en los últimos 60 años.

Aun así la actividad de la televisión comunitaria ha registrado un notorio avance gracias a la disminución de los costos de los equipos de producción y emisión y al activismo social de organizaciones no gubernamentales. Pese a que al sector le falta más desarrollo para que pueda competir con las televisiones comerciales y estatales, en Latinoamérica se destacan los modelos colombiano y brasileño y, en menor proporción el venezolano. En el resto de países latinoamericanos este tipo de televisión tiene que enfrentarse a dos fenómenos que han terminado por quitarle impulso: los procesos de desregulación de los medios de comunicación y las limitaciones jurídicas para operar.

El proceso de desregulación comenzó en los años 80 en plena extensión del neoliberalismo, y significó que el monopolio estatal sobre la televisión se fuera diluyendo para dar paso a proyectos de empresas privadas, lo que significó la descentralización de la televisión y el otorgamiento de frecuencias a organizaciones privadas de medios, siempre que tuvieran solvencia económica, entre otros requisitos. Los medios comunitarios, que surgieron al mismo tiempo con el fin de expresar el sentir popular, salieron al aire en un ambiente enrarecido provocado por las empresas privadas que veían en ellos unos potenciales competidores, capaces de disminuir audiencias y rendimientos económicos derivados de la contratación publicitaria.

La limitación jurídica ha consistido en que algunos gobiernos no tienen un marco legal que legitime organizaciones audiovisuales comunitarias. Incluso algunas de ellas han sufrido la represión de gobernantes quienes, dominados por la presión privada, han optado por perseguirlas o cerrarlas. En otros casos, los gobiernos han gestionado un marco jurídico desigual que, aunque reconoce la existencia de televisiones comunitarias, las obliga a someterse a requisitos difíciles de cumplir, como subastas o licitaciones públicas. Esta modalidad para otorgar emisoras de televisión está diseñada para favorecer a las organizaciones privadas

de medios, pues coloca como requisito *sine qua non* el tener altísimos activos económicos que, desde luego, no poseen las comunidades organizadas, lo que contradice los criterios de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA (CIDH), concretamente la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión aprobada en octubre de 2000 y cuyo artículo 12 dice: “las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2005).

6.2.1 El modelo colombiano

Antes de abordar este modelo de televisión comunitaria se expondrá la historia, legislación y tipos de televisión, conjunto de temas que hace parte del Sistema General de la Televisión Colombiana⁶⁹. El acápite referido al modelo de televisión comunitaria de Colombia, por su parte, incluye: (1) orígenes, (2) normativa, (3) diferencia con otros servicios de televisión, (4) diagnóstico, (5) relación de este tipo de televisión con el desarrollo humano y (6) estadísticas sobre el impacto de la televisión comunitaria en los hogares colombianos.

6.2.1.1 Sistema general de la televisión colombiana

La televisión aparece el 13 de junio de 1954 para celebrar el primer año de gobierno del general Gustavo Rojas Pinilla. Las primeras transmisiones se producen gracias al trabajo de una delegación de ingenieros, técnicos, camarógrafos y luminotécnicos de Cuba, país que en esos momentos contaba con todos los adelantos tecnológicos para cumplir la

69 Datos sobre la televisión en Colombia proporcionados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE- y la Comisión Nacional de Televisión –CNTV-, señalan que el televisor es el bien o servicio que se posee en los hogares colombianos. El 85,3% de los hogares tiene televisor a color, el 92,2% en los hogares del área urbana y el 61,7% en los hogares del área rural. Se estima en 15.000.331 el número de televisores que existen en el país, de los cuales 566.639 son de pantalla de plasma o líquida. El 80,4% de las personas consultadas, mayores o iguales a 5 años, dijo que ve la televisión, 85,7% en el área urbana y 63,4% en el área rural (CNTV, 2009). Otra investigación llevada a cabo por la Asociación Colombiana para la Investigación de Medios –ACIM- indica que el consumo de medios en Colombia es de 94,2% para la televisión; 65,1% para la radio; 45,2% para revistas independientes; 34% para la prensa; 22,8% para revistas de prensa; 37,1% para internet; y 6% para cine (CNTV, 2010).

misión de enlazar las cimas de las montañas colombianas para emitir la primera señal de televisión. La imagen llegó a los escasos televisores con total éxito, y la gente se aglomeró en la carrera séptima de Bogotá para verla, a pesar del fuerte aguacero que caía sobre la capital. A partir de esta fecha, el romance de la audiencia con la televisión ha sufrido altibajos, debido a los vaivenes de los gobiernos de turno, la imposición de intereses privados sobre los públicos y la escasa regulación del Estado sobre la programación y contenidos del medio audiovisual.

En la década del 60, por ejemplo, las finanzas del Estado entran en crisis, lo que provoca que la explotación del servicio recaiga en inversionistas privados, aun cuando su propiedad sigue en manos del ente público. La Televisora Nacional se convierte en el Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión) y los miembros de su junta directiva son nombrados por el gobierno. En 1979 llega la televisión a color. A mediados de los 80 las directivas de Inravisión son cambiadas para dar paso al Consejo Nacional de TV, el cual cuenta por primera vez, además de los delegados del gobierno, con representantes de la comunidad.

La nueva Constitución Política de Colombia elaborada en 1991 por una asamblea constituyente, escuchando las demandas de los televidentes y estudiosos de la televisión y retomando las modernas políticas de otros países para la regulación del medio y sus contenidos, crea la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), un organismo autónomo, aunque estatal, articulado con las demás entidades públicas.

La CNTV le da un nuevo impulso a la televisión en Colombia, a pesar de que sus inicios estuvieron marcados por la crítica debido a que sus gastos de funcionamiento –incluyendo los sueldos de los comisionados– eran altos y la inversión en infraestructura poca⁷⁰. La Comisión propone

70 El presidente Juan Manuel Santos radicó un proyecto de acto legislativo en el Congreso de la República en el que se crea una nueva ley de televisión y se liquida la CNTV porque se considera ineficiente, “paquidérmica”, con comisionados poco preparados en áreas afines al servicio de TV y altamente costosa para el gobierno. La iniciativa acaba de ser aprobada por el Congreso de la República (diciembre 2011) y pasará a sanción presidencial. La nueva ley redistribuye las funciones de la Comisión Nacional de Televisión entre entes especializados y técnicos: la Comisión de Regulación de Comunicación (CRC), la Superintendencia de Industria y Comercio y la Agencia Nacional del Espectro (El Satélite, 2011), y se crea la Agencia Nacional de Televisión (ANT), la cual se encargará de administrar las concesiones de televisión en Colombia, fomentar el desarrollo de la televisión pública y vigilar que los contenidos se adecuen a los fines del servicio. Esta entidad, supuestamente autónoma, contará con cinco miembros, así: el Ministro TIC, un de-

un marco de regulación del servicio basado en el control de monopolios, protección de los consumidores, creación de estatutos de la competencia, y asignación racional de los recursos materiales y humanos. Asume el papel regulador con las funciones de sancionar, fiscalizar y velar por el cumplimiento de los principios sociales de la televisión.

La Comisión ha plasmado la filosofía de la televisión en Colombia con la publicación de dos planes de desarrollo del sector, uno de ellos de los años 2004-2007 y el más reciente que abarca el periodo 2010-2013. El Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 se orientó al cumplimiento de cuatro objetivos congruentes con el desarrollo nacional: (1) construir democracia y contribuir a la equidad social; (2) fortalecer la televisión pública; (3) impulsar la industria de la televisión; y (4) rediseñar el sector de la televisión pública. Además estableció los principios estratégicos para que el modelo de televisión en Colombia aporte (1) al ordenamiento democrático mediante la formación ciudadana y fomento a la discusión pública; (2) a la formación cultural y el desarrollo económico, esto es, una fusión armónica entre la consecución de rendimientos y el fortalecimiento del medio con su dimensión socializadora; (3) a la congruencia entre política pública e intereses colectivos, para preservar los derechos del ciudadano televidente; (4) a la regulación armónica, confianza y equidad, que permitan la estructuración de una seguridad jurídica que garantice la permanencia y desarrollo de los agentes integrantes del servicio; (5) al equilibrio entre contenidos e infraestructura para que, al dársele igual importancia a los dos factores, el beneficiario sea el televidente; y (6) a la calidad del servicio mediante el trabajo mancomunado y responsable del Estado y los operadores (CNTV, 2004 a y b). El Plan de desarrollo de la Televisión 2010-2013 retoma los objetivos y principios en mención y contempla otros objetivos, como: (1) promover el acceso universal al servicio de la televisión; (2) garantizar la calidad en sus servicios; (3) crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria; y (4) promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público producida por otros agentes del sector (CNTV, 2008a).

legado del Presidente de la República, un representante de los gobernadores, un representante de las universidades y uno de la sociedad civil, quienes deben tener una alta formación y experiencia en el sector. La liquidación definitiva de la Comisión está prevista para el primer semestre del año 2012.

La televisión colombiana, contemplada como industria cultural⁷¹, es una generadora de ingresos para la nación. Según Jaime Ruiz (2009) el sector participa con el 3,4 por ciento del PIB, equivalente a 9,5 billones de pesos corrientes en 2005. Estas empresas también generaron 1'097.430 puestos de trabajo en el 2006, es decir el 5.8 por ciento de la población activa del país.

Legislación

La regulación en el país ha transitado por cuatro etapas, la tercera de las cuales sirve de base para aumentar la oferta de operadores y canales. En la primera de ellas, entre 1953 y 1984, la política de la televisión es diseñada, implementada y regulada por el poder ejecutivo mediante decretos; en la segunda, el Congreso de la República se vincula con el diseño de las políticas, al tiempo que el gobierno se encarga de la prestación y regulación del servicio, todo ello mediante la expedición de la Ley 42 de 1985⁷²; en la tercera, teniendo la Constitución de 1991⁷³ como marco legal, se crea la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) mediante Ley 182 de 1985, entidad del Estado que en materia de televisión planea, dirige y desarrolla las políticas; regula el servicio; gestiona el uso del espectro electromagnético; garantiza los derechos de los televidentes y los fines y principios del servicio; y promueve la competencia y eficiencia del sector (CNTV, 2008c).

Paralelamente con el reciente marco legal y la creación de la CNTV,

71 La industria cultural comprende un conjunto determinado de bienes y servicios y abarca el sector de la televisión, así como la cinematografía y video, fonografía, producción editorial y radiodifusión.

72 Antes de la Constitución de 1991, el sistema de la televisión colombiana comprendía tres canales nacionales y cuatro regionales en la televisión de operación abierta. Existían, además, algunas empresas por suscripción y múltiples señales piratas e incidentales que se servían a través de antenas parabólicas. Según Fedesarrollo (2005: 97) Dos de los canales nacionales operaban en un sistema mixto, en el que intervenían empresas privadas con la fuerte presencia del Estado. Así las cosas, Inravisión era la entidad encargada del mantenimiento y operación de la red de transmisión nacional, así como de asignar las licitaciones a empresas privadas para desarrollar la programación de estos canales y la programación del Canal Once (educativo y cultural).

73 Con la Carta Política terminó el monopolio del Estado en la transmisión de señales de televisión en operación abierta. Así, cualquier persona puede fundar medios de comunicación, los cuales son libres pero tienen responsabilidad social. Así mismo, se dispuso que el espectro electromagnético es inajenable y pertenece al Estado y éste debe garantizar la prestación del servicio de TV a todo el territorio nacional.

se produce la apertura en el mercado de ofertas de canales. De 16 canales que ofrecían programación en 1996, se pasó a 92 en el año 2003. En efecto, en 1996 el país poseía tres canales nacionales, cuatro canales regionales y cinco canales por suscripción, en tanto que la oferta del año 2011 la conforman tres canales públicos, ocho canales regionales, y un canal internacional “Región Colombia Internacional”, así como un canal universitario nacional “Zoom” y el canal del Congreso, todos estos concebidos como operadores públicos⁷⁴. Además se cuenta con dos canales privados nacionales⁷⁵, 45 canales locales sin ánimo de lucro, un canal local con ánimo de lucro (City tv), 749 comunidades con televisión comunitaria, y 44 concesionarios de tv por suscripción (entre operadores municipales, zonales, nacionales y satelitales)⁷⁶.

La Comisión asigna a Inravisión el manejo, modernización, expansión y mantenimiento de la red; autoriza a Audiovisuales a ser la programadora de la tv pública; el canal 1 lo convierte en canal mixto, es decir, se permite la inversión pública y privada en programación; el canal A lo constituye en el medio institucional por donde se transmiten las sesiones del parlamento, por ejemplo y Señal Colombia se establece como canal educativo. A los canales regionales les sugiere un énfasis en tv educativa y cultural.

Una cuarta etapa se dio en octubre de 2004 cuando el gobierno, por sugerencia del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), reorganizó las entidades del sector. Con esa base, se liquidaron las dos empresas industriales y comerciales del Estado (Inravisión y Audiovisuales) para, en su lugar, crear una empresa del mismo género (Radio y Televisión de Colombia, RCTV) que asume las funciones de las empresas liquidadas. RCTV pasa a ser controlada por el Ministerio de Comunicaciones y la Comisión Nacional de Televisión. En este nuevo contexto, la producción y programación de la televisión pública se encarga a los Ministerios de Educación, Cultura y Comunicaciones.

Estos cambios fueron motivados por la escasez de resultados económicos y la poca captación de publicidad y audiencia de los canales

74 También se discute la posibilidad de crear próximamente un nuevo canal deportivo nacional.

75 En el año 2011 se espera la aprobación del tercer canal privado, que saldrá del ganador de la licitación entre los tres grupos proponentes: Prisa, Planeta y Cisneros.

76 Estos son los datos actualizados a fecha 20 de diciembre de 2011.

públicos, los cuales se vieron sorprendidos por el rápido auge de la televisión privada que en los últimos años ha aumentado sus ganancias y ha concentrado la inversión publicitaria⁷⁷ y de la audiencia, gracias a que generaron una nueva estructura de producción, comercialización y programación.

El nuevo marco legislativo que regula el servicio de la televisión colombiana es, fundamentalmente, el siguiente:

- Artículos de la Constitución Nacional.
- Leyes y decretos.

Los artículos de la Constitución Nacional que se refieren a aspectos de la televisión son varios:

- a) El Art. 20, que “garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial y la de fundar medios masivos de comunicación”.
- b) El Art. 75, que afirma que “el espectro electromagnético es un bien inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético”.
- c) El Art. 76 que dice que “la intervención estatal en el espectro electromagnético utilizada para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio”.
- d) El Art. 77: “la dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución, estará a cargo del organismo mencionado. La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una junta directiva integrada por cinco (5) miembros, la cual nombrará al director. Los miembros de la junta tendrán periodo fijo. El gobierno nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes legales de los canales

77 Datos suministrados por un comisionado de televisión, señalan que las ganancias diarias de un canal privado oscila entre los 1.500 y 2000 millones de pesos, por concepto de publicidad y otros ingresos.

regionales de televisión. La ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la entidad”.

e) El Art. 365: “los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley aprobada por la mayoría de los miembros de una y otra cámara, por iniciativa del gobierno decide reservarse algunas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio en una actividad lícita”.

Las leyes y decretos que regulan el sistema general de televisión son:

- a) Ley 14 de 1991: dicta las normas del servicio de televisión y radiodifusión oficial.
- b) Ley 182 de 1995: reglamenta el servicio de la televisión y formula políticas para su desarrollo, democratiza el acceso a éste, conforma la CNTV, promueve la industria y actividades de televisión, establece normas para contratación de los servicios y reestructura entidades del sector.
- c) Ley 335 de 1996: modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, y crea la televisión privada en Colombia.
- d) Ley 506 de 1999: modifica el artículo 58 de la Ley 182 de 1995.
- e) Decreto 227 de 2001: reglamenta los literales c) y d) del artículo 1º de la Ley 335 de 1996.
- f) Decreto 590 de 2001: modifica el literal c) del artículo 13 del Decreto 277 de 2001 y se establecen unas disposiciones transitorias.
- g) Ley 680 de 2001: reforma las Leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y dicta otras disposiciones en materia de televisión.
- h) Decretos 3550 y 3551 de 2004: por medio de los cuales se suprimen el Instituto Nacional de Radio y Televisión, INRAVISIÓN, y la Compañía de Informaciones Audiovisuales, AUDIOVISUALES.

Tipos de televisión⁷⁸

La televisión colombiana, según la CNTV (citado por Fedesarrollo, 2005: 110), se organiza con base en dos categorías: (1) criterios de transmisión de la señal y (2) servicios de la televisión abierta y cerrada. Los criterios de transmisión de la señal son: *según el país de origen y destino de la señal, según su cubrimiento regional, en función de los usuarios, según la tecnología de transmisión, según la orientación general de la programación.*

a) Según el país de origen y destino de la señal

- Televisión internacional: Aquella cuya señal de televisión se origina fuera del territorio nacional y que puede ser recibida en Colombia, o aquella que se origina en esta nación y que se puede recibir en otros países.
- Televisión colombiana: aquella cuya señal se origina y recibe dentro del territorio nacional.

b) Según su cubrimiento territorial

- Televisión nacional de operación pública: es el servicio de televisión abierta autorizado para cubrir el territorio nacional, operado directamente por el Estado y programado por éste o programado por empresas privadas.
- Televisión nacional de operación privada: es el servicio de televisión abierto, operado y programado en su totalidad por empresas privadas, autorizadas para cubrir el territorio nacional.
- Televisión regional: es el servicio de televisión abierto operado por empresas industriales y comerciales del Estado, constituidas por en-

78 El 28 de agosto de 2008 Colombia seleccionó el estándar europeo DVB-T, con sistema de compresión MPEG 4, para incorporar el servicio de televisión digital terrestre a todo su territorio. La transición de la televisión analógica a la digital se llevará a cabo en un periodo de 10 años. Sin embargo, la CNTV aprobó en diciembre de 2011 la actualización del estándar de la televisión digital del DVB-T al DVB-T2, lo cual permitiría ofrecer mayor capacidad para llevar más canales con mejor definición (HD) y eventualmente contenidos en 3D, mejor sonido, economizar espectro y más interactividad (Peña, 2011). Las dos señales digitales coexistirán en Bogotá y Medellín donde ya funciona el sistema original (T1). El resto del país estará cubierto por la señal del nuevo sistema (T2). Según el periódico El Tiempo (2011), la nueva señal de los canales privados llegará a partir de abril próximo a Bogotá y Medellín, mientras que en julio funcionará en Cali y Barranquilla. En cuanto a la televisión pública nacional la CNTV ha dicho que en el 2012 el 49 por ciento de la población tendrá la señal digital actualizada del formato europeo.

tidades públicas y que, en consecuencia, tienen calidad de operadores públicos. Están autorizadas para cubrir un área geográfica determinada, en uno o más departamentos o en el Distrito Capital, siendo en otro caso inferior al territorio nacional.

- **Televisión local:** el servicio público de televisión en el nivel de cubrimiento local es aquel prestado en un área geográfica continua, siempre y cuando ésta no supere el ámbito de un mismo municipio o distrito, área metropolitana o asociación de municipios. Este servicio podrá ser prestado con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro.

c) En función de los usuarios

- **Televisión abierta:** es el servicio de televisión cuya señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación.
- **Televisión por suscripción:** es el servicio de televisión cuya señal está destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas por el concesionario.

d) Según la tecnología de transmisión

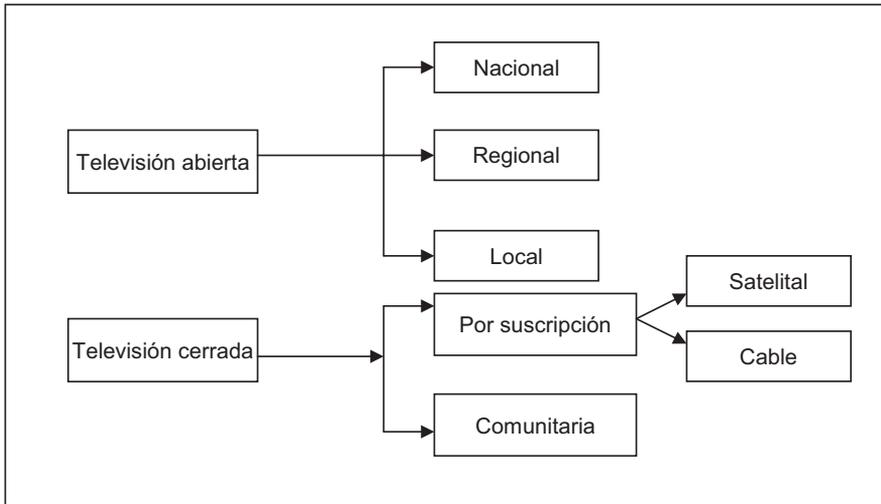
- **Televisión radiodifundida:** es aquella cuya señal de televisión llega al usuario desde la estación transmisora por medio del espectro electromagnético, propagándose sin guía artificial.
- **Televisión cableada y cerrada:** es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario a través de un medio físico de distribución, destinado exclusivamente a esta transmisión o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones.
- **Televisión satelital:** es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde un satélite de distribución directa.

e) Según la orientación general de la programación

- **Televisión comercial:** es la programación destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos de los televidentes, con ánimo de lucro, sin que esta clasificación excluya el propósito educativo, recreativo y cultural.
- **Televisión de interés público, social, educativo y cultural:** es aquella cuya programación se orienta en general a satisfacer las necesidades educativas y culturales de la audiencia.

Los servicios del sector de la televisión son: *televisión nacional abierta*; *televisión abierta regional*; *televisión abierta local con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro*; *televisión cerrada por suscripción* –en la que se encuentran la televisión satelital y por cable–; y *la televisión comunitaria* (ilustración 3).

Ilustración 3. Estructura de servicios de televisión en Colombia



Fuente: Fedesarrollo (2005: 112)

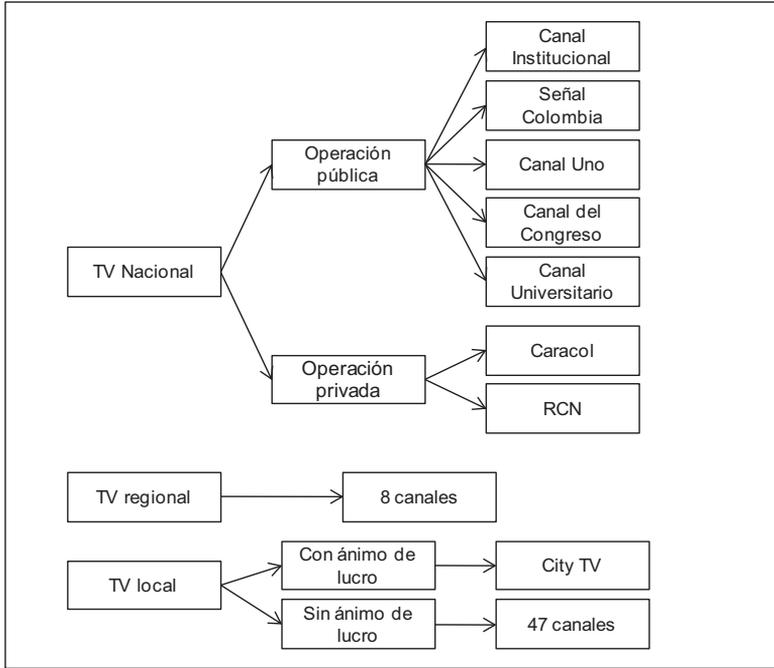
a) En televisión abierta

La televisión abierta de Colombia posee tres niveles de cubrimiento: en el nacional, se cuenta con cuatro canales comerciales, dos operados por particulares (Canal RCN y Caracol) y dos de operación pública programados por el Estado y por empresas privadas (Canal Institucional y Canal Uno, respectivamente). De igual manera, existe un canal de interés público denominado Señal Colombia, programado por el Estado mediante contratos suscritos con productores independientes, y los canales del Congreso y el universitario “Zoom”.

Los objetivos de la televisión pública se pueden sintetizar, de acuerdo con la Ley 182 de 1995, en fortalecer la democracia, la paz, el respeto a los derechos y deberes fundamentales y servir a las finalidades sociales

del Estado. A través de dicha ley, se fomenta la educación, la cultura, la participación democrática y la formación de la identidad nacional.

Ilustración 4. Estructura de la televisión abierta en Colombia



Fuente: Fedesarrollo (2005:113) parcialmente modificada.

Uno de los requisitos más importantes que deben cumplir los operadores privados del servicio es el referente a la cuota de pantalla. En ese sentido, el Artículo 4 de la Ley 60 de 2001 establece que:

- De las 19:00 a las 22:30 horas (triple A o *prime time*), el 70% de la programación será de producción nacional.
- De las 22:30 a las 24:00 horas, el 50% de la programación será de producción nacional.
- De las 00:00 a las 10:00 horas, el 100% de la programación será libre.
- De las 10:00 a las 19:00 horas el 50% será programación de producción nacional.
- En sábados, domingos y festivos el porcentaje de producción nacional será mínimo del 50% en horario triple A o *prime time*.

Televisión nacional de operación privada

Los dos canales privados nacionales fueron asignados en 1996 a Caracol (Cadena Radial Colombiana, perteneciente en esa época al grupo Santo Domingo; hoy de propiedad del Grupo Prisa de España) y a rcn (Radio Cadena Nacional, del grupo Ardila Lulle). La concesión fue por 10 años prorrogables bajo las siguientes condiciones económicas: pago por el valor de la concesión de 95 millones de dólares, pago por utilización de frecuencias que fue fijado por la CNTV y aportes para el Fondo Nacional de la TV del 1,5 por ciento de la factura bruta anual pagaderos trimestralmente (Calero, 1999). La inversión en infraestructura de transmisión efectuada por las dos cadenas fue de aproximadamente 150 millones de dólares. La licencia de los dos canales fue renovada en enero de 2009 por 10 años más. El precio de referencia inicial fijado por la CNTV para esta prórroga es de 187 mil 184 millones de pesos, por canal, con un techo de 264 mil 367 millones de pesos y un piso de 110 mil millones de pesos, de acuerdo con el comportamiento que tenga la pauta publicitaria en los años 2009 y 2010. Los operadores privados deben reservar el 5% de su programación para la presentación de programas de interés público y social. Uno de ellos debe destinarse a la *defensoría del televidente*, según el Artículo 11, Ley 335 de 1996.

Televisión nacional de operación pública

La conforman tres canales orientados bajo dos regímenes de operación diferentes: mixto y el sistema estatal. En el mixto hay participación de capital privado y público y es el régimen al que pertenece el Canal 1; el Canal Institucional y Señal Colombia funcionan bajo el régimen estatal. El Canal Institucional tiene como propósito difundir temas como la familia, población infantil, desarrollo sostenible, los Derechos Humanos, participación ciudadana, ciencia y tecnología y protección del Estado. Señal Colombia comparte esos objetivos, pero se especializa en programación educativa y cultural. Además, como ya se ha dicho, se cuenta con el canal universitario “Zoom” donde se transmiten espacios relacionados con los avances de la ciencia y la tecnología y el Canal del Congreso donde se transmiten las sesiones del Senado y Cámara de Representantes.

La nueva empresa comercial del Estado, RCTV, se encarga de la pro-

ducción (que puede contratar con terceros), programación y operación de la red pública de radio y televisión (debe contratarla, junto con su mantenimiento, con la empresa Colombia Telecomunicaciones⁷⁹ (Telecom)). La financiación de los canales se hace a través de los aportes del sector privado y se canalizan por conducto de RCTV.

Televisión regional

La televisión regional fue creada mediante Decreto 3100 de 1984, con el ánimo de promover la identidad cultural, la producción e información de la región y el pluralismo nacional. Los canales regionales son ocho: Canal Capital, Teleislas, Telepacífico, Televisión Regional del Oriente (TRO), Telecaribe, Teleantioquia, Telecafé y Teleandina.

El servicio en los canales regionales es prestado por organizaciones regionales de televisión conformadas por entidades públicas estructuradas como empresas industriales y comerciales del Estado. Este último se reserva el servicio público de televisión regional. Estos canales tienen la oportunidad de abrir licitaciones públicas para contratar el servicio de programación; no dependen de Inravisión o Audiovisuales (hoy RCTV) en las funciones de producción, programación y comercialización. La cuota de pantalla debe ser del 50% de producción nacional y parte de su programación debe orientarse a temas de interés público, conforme al Artículo 55 de la Ley 182 de 1995. Su financiación proviene de las transferencias hechas por la Comisión Nacional de Televisión, los aportes de sus socios y los ingresos por su actividad comercial.

Televisión local con ánimo de lucro

La televisión local fue autorizada en 1995 y reglamentada en 1997. Este servicio lo pueden prestar únicamente particulares y su cubrimiento es local, esto es, limitado por el área geográfica de un municipio, distrito, área metropolitana o asociación de municipios. Puede ser prestado por personas jurídicas colombianas en todas las capitales de departamento y municipios, siempre que la CNTV en licitación pública adjudique las concesiones respectivas.

79 La Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Telecom) fue adquirida por *Telefónica*, empresa española de telecomunicaciones.

La ley 335 de 1996, Art. 24, Parágrafo 1, establece que se aprueba una concesión para cada capital de departamento y ciudades con población mayor a 100.000 y hasta un millón de habitantes, y dos para cada municipio con población superior a un millón de habitantes. La concesión tiene una duración de 10 años prorrogables, cada canal local debe financiar su operación mediante la comercialización de sus espacios y puede producir su programación o contratarla con terceros.

El marco normativo de la televisión local con ánimo de lucro es similar a la de la operación de la televisión privada. La televisión local con ánimo de lucro puede emitir seis minutos de comerciales por cada media hora de programación; el 50% de la programación total emitida debe ser de origen nacional; puede recibir y retransmitir señales incidentales con fines sociales y comunitarios; y podrá recibir y distribuir señales codificadas acreditando ante la CNTV la autorización por parte de los titulares de los derechos de autor. El único canal que opera bajo esta modalidad es *City TV* de Bogotá, perteneciente a la Casa Editorial El Tiempo⁸⁰. El funcionamiento de esta televisión se reglamenta por los Artículos 37 numeral 4 y 47 de la Ley 182 de 1995, el Artículo 24, literal d) Ley 335 de 1996, Acuerdo 024 del 10 de julio de 1997 y el Acuerdo 031 del 24 de diciembre de 1997.

Televisión local sin ánimo de lucro⁸¹

Este servicio de televisión lo pueden prestar en Colombia las comunidades organizadas, instituciones educativas, fundaciones y corporaciones o asociaciones sin ánimo de lucro. La CNTV es la encargada de aprobar y expedir por un periodo de 10 años la licencia para ser operador de ese servicio.

La televisión local sin ánimo de lucro no puede comercializar sus espacios, por lo que debe sostenerse con los aportes, auspicios, colaboraciones o patrocinios que reciba. Lo único que puede emitir son reconocimientos (referencia que se hace a una persona, a una empresa, un producto o servicios que se haya prestado al canal local en calidad

80 La compañía Planeta, de origen español, es propietaria de la mayoría de las acciones de la Casa Editorial El Tiempo.

81 La Comisión Nacional de Televisión presentó a finales de 2011 un nuevo proyecto de Acuerdo que reglamenta el servicio de televisión sin ánimo de lucro. Se espera su discusión y posible aprobación en el 2012.

de aporte, auspicio, etc.). Los reconocimientos se insertan bien sea al comienzo o al final de un programa, o en una sección en cuyo caso sólo puede durar cinco segundos como máximo. Cada programa no debe tener más de tres secciones.

La programación, según el Acuerdo 024 de 1997, debe hacer énfasis en contenidos sociales y comunitarios. Las comunidades, por su parte, tienen como fin alcanzar objetivos cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales e institucionales. A través de estos canales no se debe hacer proselitismo político ni presentar las actuaciones y realizaciones de entidades públicas o comunitarias como obra personal de sus gestores. Los concesionarios de la televisión local sin ánimo de lucro pueden contratar directamente o contratar con terceros la realización de su programación, la cual debe ser en un 50% de producción nacional. El soporte legal de esta modalidad de televisión se rige por los Artículos 37 numeral 4 y 47 de la Ley 182 de 1995, el Artículo 24, literal d) Ley 335 de 1996, el Acuerdo 024 del 10 de julio de 1997, el Acuerdo 035 de 1998 y la Resolución 235 del 10 de julio de 1997.

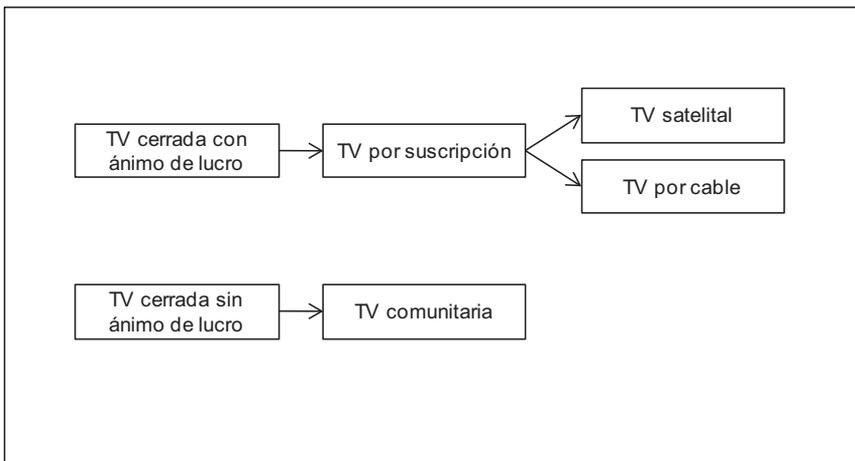
b) Televisión cerrada

La televisión cerrada en Colombia está dividida en dos subniveles: la *televisión por suscripción* (en la que se incluye la televisión satelital y por cable) y la *televisión comunitaria*⁸². La tv por suscripción se presta con

82 Hay críticos de la televisión en Colombia que afirman que la televisión comunitaria debería pertenecer a la televisión abierta para facilitar el acceso de las comunidades a la señal por antena aérea. Por tanto, consideran que es un despropósito ubicarla en la televisión cerrada, puesto que se restringe la recepción de la señal a aquellos colectivos que tienen el dinero para pagarla. Nosotros no estamos de acuerdo con ese reclamo porque ubicarla en la televisión abierta implicaría que sólo puedan recibir recursos económicos por publicidad y no por el pago mensual o bimestral de los abonados. Como consecuencia de ello, no habría el suficiente dinero para mejorar la infraestructura y tecnología del sistema, ni mucho menos para pagar periodistas y productores, a los cuales les tocaría vender pauta para recibir un salario, lo cual pondría en peligro su independencia y ética. Si el propósito es que las familias de los estratos 1 y 2 de Colombia accedan a este servicios, existen varias formas para garantizarlo: Una, que los estratos medios y altos (3, 4, 5 y 6, dependiendo del municipio) paguen tarifas más altas, de modo que subsidien a los estratos bajos y, dos, que el canal comunitario subvencione directamente a los estratos 1 y 2 para disminuir el valor de las tarifas y, a cambio, la CNTV reduzca el pago por compensación a las televisiones comunitarias que equivale al 1% de los ingresos brutos mensuales por cada canal codificado que emitan. En todo caso, vale anotar que el Acuerdo 009 de 2006 establece que se le suministre el servicio gratuito a entidades públicas, instituciones educativas, de bienestar familiar u organizaciones sin ánimo de lucro de su área de cobertura.

finés lucrativos, mientras que la televisión comunitaria se presta sin ánimo de lucro. De acuerdo con la *Encuesta General de Medios, 2006, módulo Televisión*, la TV cerrada en Colombia ha registrado una penetración progresiva en los hogares colombianos: en el 2004 la penetración fue del 58.4%; en el 2005, del 61.09%; en el 2006, del 65.82%; en el 2007, del 75,8%; en el 2008, del 73,8%; en el 2009, del 78,4% y en el 2010, del 78,2% (CNTV, 2010).

Ilustración 5. Estructura de la televisión cerrada en Colombia



Fuente: elaboración propia a partir de Fedesarrollo (2005:147), parcialmente modificada

Televisión por suscripción

La televisión por suscripción aparece a mediados de los ochenta. En efecto, con la expedición de la Ley 42 de 1985, el Ministerio de Comunicaciones fue facultado para dictar las normas tendentes a implementar la televisión por suscripción, a través de la plataforma de cable o por otro sistema.

Con la reciente promulgación del Acuerdo 010 del 24 de noviembre de 2006, por el cual se reglamenta el servicio de televisión por suscripción, se establece que tanto el servicio de TV cableada como satelital (denominado DBS), se consideran servicios de TV por suscripción⁸³. La

83 El Acuerdo 10 del 24 de noviembre de 2006 define lo que se considera el servicio de televisión por suscripción, incluyendo el servicio prestado a través de la tecnología digital (DHS) y aquel servicio

TV por suscripción se define como aquella cuya señal, independientemente de la tecnología de transmisión utilizada y con sujeción a un mismo régimen jurídico de prestación, está destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas por la recepción. Salvo en lo atinente al otorgamiento de la concesión, a la valoración de ésta y a la expansión del cubrimiento, el servicio de TV satelital (DBS) se rige por las mismas disposiciones legales aplicables al servicio de TV por suscripción cableada, previstas en el Acuerdo 010 del 24 de noviembre de 2006.

En el Artículo 10 se estipulan las prohibiciones que, según la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), tienen los operadores del servicio público de TV por suscripción. Es decir, tanto la TV satelital (DBS) como la TV cableada, no podrán:

- Prestar el servicio en un área diferente a la autorizada en los términos del presente acuerdo.
- Abrir la señal de sus canales para que sean recibidos por el público en general, sin la previa autorización de la CNTV.
- Ser titular directamente o por interpuesta persona o en asociación con otras empresas, de más de una concesión del servicio público de TV por suscripción.
- Interrumpir a los suscriptores la recepción de los canales colombianos de televisión abierta, que se sintonicen en el área de cubrimiento, y modificar sin justa causa la frecuencia en que éstos deben ser transmitidos.
- Ceder la concesión otorgada por la CNTV para la prestación del servicio público de TV por suscripción.
- Utilizar en forma ilegal equipos para la recepción y transmisión de señales de televisión.

El Artículo 13 obliga a los concesionarios del servicio público de TV por suscripción a garantizar, sin costo alguno, la recepción de los canales colombianos de televisión abierta de carácter nacional y municipal que se sintonicen en UHF, VHF o por vía satelital en el área de

prestado a través del cable. Con esto se quiere establecer lo que se conoce como “independencia tecnológica”, esto es, que sin importar que el servicio se preste usando una red cableada, un sistema de recepción satelital o cualquier otra tecnología, se entenderá como televisión por suscripción si cumple con el primer apartado de la definición.

cubrimiento únicamente. También se les exige emitir como mínimo un canal con cinco horas de producción nacional, con el objeto de fomentar la industria de televisión colombiana. La concesión se otorgará por 10 años, prorrogables por términos iguales.

El servicio de TV satelital (DBS) o Televisión Directa al Hogar (TDH) empezó a ser reglamentado en 1998, pero con el Acuerdo 010 del 24 de noviembre de 2006 se le hacen modificaciones a la forma como puede operar en Colombia. Este servicio se define como aquel que permite a los habitantes del territorio nacional la recepción, para uso exclusivo e individual, de señales de televisión transmitidas, emitidas, difundidas y programadas desde el extranjero, a través de segmentos especiales (satélite) de difusión directa, hasta los equipos terminales de recepción individual. Los concesionarios de este servicio podrán prestarlo en todo el territorio nacional, de acuerdo con el plan de expansión que presenten a la Comisión Nacional de Televisión (CNTV). En Colombia, según datos de enero de 2010, hay dos operadores de televisión satelital: Directv Ltda. y Colombia Telecomunicaciones S.A. E.S.P.

Televisión comunitaria⁸⁴

La televisión comunitaria puede ser operada por comunidades organizadas sin ánimo de lucro y con fines educativos, recreativos y culturales. El servicio debe ser ofrecido a través de cable a un número no superior a 15.000 asociados. Actualmente, existen 749 operadores⁸⁵ autorizados por la Comisión Nacional de Televisión.

6.2.2 La televisión comunitaria de Colombia

A continuación se expone una visión integral de la televisión comunitaria en Colombia, que contiene:

-
- 84 El origen, normativa, diferencia con otros servicios, diagnósticos efectuados a la televisión comunitaria, la relación de esta televisión con el desarrollo humano y los tipos de televidente por franja, así como su cobertura, calidad de la señal y calidad de la programación, serán expuestos en un acápite aparte.
- 85 Dato actualizado a 29 de enero de 2011. Cabe anotar que en el año 2006 había 106 operadores autorizados, pero tras la promulgación del Acuerdo 009 de 2006 el número se incrementó hasta 749 debido a que la nueva norma permite que las organizaciones que prestan el servicio de señal incidental se conviertan en televisiones comunitarias. El anterior servicio de señal incidental era gratuito, puesto que no podían contratar canales codificados.

- *Origen de la televisión comunitaria*: se mencionan los antecedentes que influyeron para la creación de la tv comunitaria en el país.
- *Normas que la regulan*: es una breve explicación de los Acuerdos promulgados por la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) que han reglamentado el funcionamiento de este medio comunitario. También se exponen los cambios que el nuevo acuerdo propuesto y radicado en el Congreso le hace a la legislación vigente sobre televisión comunitaria.
- *Diferencia de este servicio con respecto a otros ofrecidos dentro del sistema de TV*
- *colombiano*: se establecen las diferencias entre la tv comunitaria y la televisión local y por suscripción, con base en la normativa de la CNTV.
- *Primeros estudios sobre la televisión comunitaria (diagnósticos y propuestas)*: se estudian las investigaciones precedentes sobre televisión comunitaria en Colombia, que han servido para diagnosticar sus fortalezas y debilidades, así como para proponer estrategias de mejoramiento.
- *Relación entre televisión comunitaria y desarrollo humano*: se argumentan los elementos conceptuales que permiten deducir que la TV comunitaria es un medio de comunicación puede aportar al cumplimiento de indicadores de desarrollo humano.
- *Estadísticas sobre el impacto de este medio audiovisual en los hogares colombianos*: se exponen algunos datos cuantitativos (estadísticas) relativos a cobertura, audiencia y penetración de la televisión comunitaria en el país, así como información sobre número de canales, nivel de formación de personal que labora en el canal, cantidad de horas de producción propia y tipo de relación con la CNTV, entre otros ítems.

6.2.2.1 Origen

La televisión comunitaria aparece en los años 80, en vista de la necesidad de crear canales alternativos de comunicación que propicien la participación, la identidad y la convivencia ciudadana, y sean el reflejo de los intereses y prioridades de las comunidades organizadas. Su nacimiento, como lo afirma Enrique Rodríguez Caporalli en *Señales de Humo* (1998: 13), es posible

por una serie de causas que confluyen en torno a los cambios que experimenta el país hacia finales de la década de los 80 y comienzos de los 90, cuya principal evidencia es la constituyente de 1991, pero que desbordan ese ámbito y se inscriben en una serie de transformaciones de la sociedad colombiana en general en ese período, cuyos impactos apenas comienzan a ser estudiados.

Los otros ámbitos que se insertan en un análisis más objetivo de la aparición de esta televisión son el tecnológico, sociológico, de comunicación y legales.

Tecnológico, porque es consecuencia de la popularización del satélite para la transmisión de información, la disminución del costo de los equipos para la producción de video y el aumento de la oferta televisiva en Estados Unidos. Esta coyuntura dio como resultado que las clases media y media baja de Colombia accedieran a un servicio de más canales de TV, que eran distribuidos por antenas parabólicas de propiedad de empresarios que vieron en ellas un importante generador de recursos económicos. El nuevo panorama mediático motivó a narcotraficantes a construir infraestructuras paralelas con antenas gigantes y multifamiliares, las cuales fueron popularizándose a estratos de la población con menos ingresos, debido –como se ha anotado líneas arriba– a la reducción de la inversión en equipos. Las nuevas plataformas crearon cambios notorios en el paisaje urbano, tal y como lo expresa Rodríguez Caporalli (1998:16):

Un cambio drástico en el paisaje urbano constituyó sin duda alguna la arquitectura ostentosa del narcotráfico, el ensanchamiento desmesurado de la ciudad en multifamiliares cerrados, las nuevas modalidades de invasión a partir de las migraciones del campo a la ciudad, y las antenas parabólicas que coronan cuanto nuevo edificio se construye.

La emisión de diferentes canales cautivó a los nuevos usuarios, pues podían disfrutar de una amplia gama de programas y canales de Estados Unidos, México y Perú, por los que los dueños de las parabólicas no pagaban derechos de autor. Así, los nuevos canales entraron a competir con clara ventaja sobre los del sistema nacional, pues este último no tenía una diversa oferta de canales y programas.

En lo sociológico y comunicativo, la explicación de la popularización de esta televisión se basa en cuatro hipótesis: (1) los canales aparecen

como respuesta a las necesidades de expresión de las comunidades; (2) la antena parabólica significa la apropiación de una estrategia novedosa para hacer política en los municipios; (3) la explicación se ubica en la lógica del mercado en la que los empresarios ven en las antenas parabólicas un lucrativo negocio, y (4) la televisión local y comunitaria fue “fabricada” por comunicadores sociales que, ante la dificultad de encontrar trabajo en los medios de comunicación comerciales, impulsaron el desarrollo de una nueva televisión.

En los aspectos legales, la década del 80 coincide en el país con la descentralización administrativa que permite que alcaldes y gobernadores, deslumbrados por la nueva tecnología, fijen las bases de modernas infraestructuras de televisión comunitaria con fines proselitistas y electoreros en los pueblos y zonas rurales. De esta forma, campesinos, trabajadores, mujeres tienen la oportunidad de interrumpir la emisión de canales extranjeros para publicar sus mensajes con generador de caracteres o transmitir imágenes de eventos locales.

6.2.2.2 Normativa⁸⁶

El Acuerdo 009 del 24 de octubre de 2006 (CNTV, 2006) introduce reformas significativas al funcionamiento de las televisiones comunitarias en el país. Fundamentalmente esta norma fusiona los acuerdos 029 de 1997 (CNTV, 1997) y el 006 de 1999 (CNTV, 1999), por medio de los cuales se reglamentó el servicio de TV comunitaria sin ánimo de lucro, con la legislación sobre la distribución de señales incidentales. En síntesis, las comunidades organizadas sin ánimo de lucro pueden distribuir señales incidentales y canales codificados y producir sus propios programas con carácter social y comunitario y fines educativos, recreativos y

86 La televisión comunitaria de Colombia se rigió mediante los Acuerdos 029 del 19 de diciembre de 1997 y el 006 de 1999, los cuales estuvieron vigentes hasta la expedición de los Acuerdos 009 del 24 de octubre de 2006, 002 y 005, estos dos últimos del año 2007. Los acuerdos 029 y 006 sólo permitían a las televisiones comunitarias poseer máximo 6.000 abonados. Aunque, como la norma actual, autorizaban la emisión de (7) siete canales codificados, éstos tenían que pertenecer a los géneros educativo, cultural o científico, infantil, noticias, deportes, películas y musical. El Acuerdo actual deja a libre elección del operador el género de los canales que pagan derechos de autor. Además, la comunidad organizada debía entregar a la Comisión el 7,5% de los ingresos brutos mensuales, independientemente del número de canales codificados que transmitiera, y producir 14 horas como mínimo de producción propia aunque el sistema de televisión comunitaria no contara con el suficiente número de usuarios.

culturales. En el año 2007 se expidieron dos acuerdos, el 002 y 005, los cuales amplían y corrigen la falta de claridad de algunas orientaciones del Acuerdo 009. A continuación se presentan los artículos más relevantes de la norma vigente, junto con los cambios que sugiere el proyecto modificadorio del Acuerdo 009 de 2006 preparado por la CNTV y que ya fue radicado en el Congreso de la República para su debate y posible aprobación.

Ámbito de aplicación

El Artículo 1 del Acuerdo 009 de 2006 plantea que el servicio de televisión sin ánimo de lucro puede ser prestado por las comunidades organizadas licenciatarias, las que se encuentran autorizadas para la recepción y distribución de señales incidentales, las asociaciones de copropietarios y todas aquellas comunidades que quieran prestar el servicio, siempre que lleven una contabilidad independiente. *El proyecto modificadorio* (CNTV, 2009c) sólo adiciona que las televisiones comunitarias deben tener sus estatutos y funcionar de acuerdo con la Ley 182 de 1985.

Participación comunitaria

El Artículo 4 del Acuerdo 009 de 2006 señala que este tipo de televisión se desarrollará en un marco participativo en el que los miembros de la comunidad podrán elegir y ser elegidos mediante la creación de mecanismos democráticos. *El proyecto modificadorio* añade que los asociados tendrán idénticos derechos y obligaciones y podrán intervenir en igualdad de condiciones en la dirección del sistema y en la definición de los contenidos que se han de emitir.

Inexistencia de ánimo de lucro

El Artículo 3 del Acuerdo 009 de 2006 advierte que ninguna persona puede lucrarse con la prestación del servicio de televisión por las comunidades organizadas. *El proyecto modificadorio* sigue esa misma línea y advierte que los excedentes como resultado de la prestación del servicio no pueden repartirse entre los administradores, asociados o terceros sino que deben ser reinvertidos en la comunidad organizada para mejorar el funcionamiento del canal comunitario.

Rendición de cuentas

El Artículo 5 del Acuerdo 009 de 2006 es enfático en señalar que las comunidades organizadas deben tener mecanismos de rendición de cuentas, toda vez que en el sistema prevalece un interés común en la prestación del servicio. *El proyecto modificador* recalca que los mecanismos de rendición de cuentas deben estar debidamente incorporados en los estatutos de las comunidades operadoras del servicio, de modo que las personas puedan ejercer un control real a las actuaciones de los que fueron elegidos democráticamente para la administración de la TV comunitaria.

Definiciones

El Artículo 6 del Acuerdo 009 de 2006 adopta varias definiciones, entre ellas las de televisión comunitaria, producción propia, señal incidental, receptor y distribuidor, fin social y comunitario, red de distribución, receptor de señales incidentales para uso exclusivamente privado y red de distribución. La televisión comunitaria se define como un servicio de TV cerrado sin ánimo de lucro prestado por las comunidades organizadas, que tiene como finalidad satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales, y cuya programación tiene un énfasis de contenido social y comunitario. La producción propia se entiende como los programas realizados directamente por el licenciatario o contratados con terceros para primera emisión, la cual debe satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales, y garantizar el pluralismo y la democracia informativa. La señal incidental se concibe como la que se transmite vía satélite y está destinada a ser recibida por el público de otro país, y cuya radiación puede ser captada sin la utilización de mecanismos de decodificación. *El proyecto modificador* agrega la palabra “exclusivamente” en la definición de televisión comunitaria para significar que este servicio puede ser prestado sólo por comunidades organizadas y no por personas naturales y jurídicas que persigan el lucro. El proyecto cambia la categoría de producción propia por la de canal comunitario y programación comunitaria, con el fin de enfatizar que todo operador está en la obligación de crear programación comunitaria y que ésta debe ser realizada directamente por la comunidad organizada o contratada con productores independientes para primera emisión. La iniciativa agrega la definición de “comunidad organizada”, la cual se entiende como

la asociación de derecho, integrada por personas naturales residentes en un municipio o distrito o parte de ellos, que estén unidas por lazos de vecindad o colaboración, con el propósito de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos o institucionales.

Otorgamiento de licencia

El Artículo 7 del Acuerdo 009 de 2006 establece que la CNTV otorgará licencia única a las comunidades organizadas que distribuyan señales nacionales, regionales y locales de la televisión abierta, y reciban y distribuyan señales incidentales y emitan producción propia acorde con lo dispuesto por este acuerdo. Además, podrán distribuir hasta (7) siete señales codificadas, toda vez que informen oportunamente a la Comisión y cumplan con el tiempo mínimo de producción propia. El Acuerdo estipula que las comunidades organizadas, cuyas licencias estén vigentes y hayan sido otorgadas según lo establecido en los Acuerdos 006 de 1996⁸⁷ y 006 de 1999 (CNTV, 1999), conservarán sus títulos habilitantes y no requerirán una nueva solicitud de licencia o aprobación de las propuestas de programación propia. *El proyecto modificadorio* estipula que la duración de la licencia no será indefinida sino que tendrá una vigencia de (10) años a partir de la fecha de ejecutoria de la resolución que la otorga, y podrá ser prorrogable por periodos iguales siempre que se cumplan los requisitos definidos por la CNTV. Las comunidades deben presentar la solicitud de prórroga un año antes de la caducidad de su licencia. La iniciativa mantiene en siete los canales codificados que las TV comunitarias pueden contratar, pero no se contabilizan las señales codificadas que correspondan a canales temáticos, o contenidos que se produzcan, generen y emitan desde el territorio colombiano.

Área de cubrimiento

El Artículo 11 del Acuerdo 009 de 2006 expresa que el cubrimiento de la televisión comunitaria abarca un área geográfica continua como los condominios, conjuntos residenciales, conjuntos de barrios, ámbitos rurales aledaños dentro de la misma localidad o municipio unidos por

87 Este acuerdo reglamentó la prestación del servicio de señales incidentales.

relaciones de vecindad, solidaridad y cooperación mutuas, para lo cual debe servirse de un sistema de cable para que la señal llegue a sus destinatarios. Además establece que la cobertura del operador comunitario no podrá ser superior a 15.000 asociados. Sin embargo, la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) puede autorizar un mayor número de usuarios dependiendo de circunstancias especiales relacionadas con fines sociales, comunitarios y de interés público. *El proyecto modificador* agrega que el sistema puede cubrir las “localidades urbanas”, pero no puede llegar a todo un municipio salvo que tenga menos de 100.00 habitantes. Asimismo señala que la cobertura del operador de televisión comunitaria no podrá ser superior a 8000 asociados, es decir, 7000 menos que lo establecido por el acuerdo vigente. Cabe anotar que el proyecto de acuerdo no dice qué deben hacer los canales comunitarios que tienen más de 8000 asociados, lo cual seguramente generará mucha controversia entre los representantes de los intereses de la señal comunitaria.

Producción propia

El Artículo 17 del Acuerdo 009 de 2006 establece que la cantidad de horas de producción propia de la televisión comunitaria depende del número de asociados que posea el operador comunitario y del número de canales codificados que emita, así: (1) comunidades organizadas con una cobertura reportada a la CNTV inferior o igual a 2.000 asociados, 1 hora semanal de producción propia; (2) comunidades organizadas con una cobertura mayor a 2.000 asociados y hasta 8.000 asociados, 2 horas semanales de producción propia y media hora semanal adicional por cada señal codificada que emita; (3) comunidades organizadas con una cobertura mayor a 8.000 asociados, 2 horas semanales de producción propia, 1 hora adicional por cada mil asociados más y media hora semanal adicional por cada señal codificada que emita, hasta un total de 10,5 horas semanales. *El proyecto modificador* propone que los licenciarios de la televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro produzcan como mínimo 4 horas semanales, a partir del inicio de operaciones y hasta dos años después, y 14 horas semanales como mínimo después de los dos años de inicio de operaciones. La iniciativa agrega que los usuarios de la televisión comunitaria que de manera independiente produzcan con-

tenidos, tendrán derecho a disponer de dos horas diarias como mínimo para emitirlos siempre que se ajusten a los fines y principios de este tipo de servicio.

Fijación y valor de los aportes

El párrafo 3 del Artículo 13 del Acuerdo 009 de 2006 y el proyecto modificador autorizan a la Comisión Nacional de Televisión ponerle límite al valor de la tarifa que los asociados deben pagar al operador de televisión comunitaria por la prestación del servicio de televisión. En concordancia con ello, el Artículo 13 en su párrafo 3 dice que los aportes ordinarios de los asociados no puede superar la suma equivalente a 0,0368⁸⁸ de un salario mínimo mensual vigente. Y el dinero recaudado por este concepto, además de pagar a la CNTV, debe reinvertirse en el mejoramiento del servicio de televisión. Ahora bien, ambas normas también establecen que se le pueda suministrar el servicio gratuito de televisión a entidades públicas, instituciones educativas, de bienestar familiar u organizaciones sin ánimo de lucro de su área de cobertura.

Pagos por compensación a la CNTV

El Artículo 14 del Acuerdo 009 de 2006 estipula el pago por compensación del 7% de los ingresos brutos mensuales a la Comisión Nacional de Televisión, en razón de un 1% por cada canal codificado que emita. Verbigracia, si son tres canales con derechos de autor solo pagaría el 3%. El proyecto modificador mantiene la misma norma, aunque aclara que si un operador no transmite ningún canal codificado de todos modos tendrá que pagar el 1% a la CNTV. Ambos acuerdos recalcan que la televisión comunitaria puede estar exenta del pago por compensación si en los municipios donde operan no existe otro prestatario del servicio de televisión cerrada y no se reciban señales de televisión radiodifundida.

Prohibiciones

El Acuerdo 009 de 2006 y el proyecto modificador establecen las mismas prohibiciones a los canales comunitarios:

88 Equivale a 9 dólares americanos o 6 euros mensuales, aproximadamente. Este es el valor máximo que los asociados pueden pagar por aportes ordinarios.

- Interrumpir las señales incidentales o las codificadas con comerciales emitidos desde el territorio nacional o con programación propia, salvo que se trate de una transmisión especial ordenada por el Gobierno Nacional.
- Transmitir por generador de caracteres mensajes cívicos en condiciones diferentes a las establecidas en el Artículo 17 del presente Acuerdo o hacer proselitismo político o religioso a través de estos mensajes.
- Distribuir sus señales en un área o ámbito geográfico de cubrimiento diferente del autorizado.
- Ampliar el área o ámbito geográfico de cubrimiento autorizado, sin la aprobación de la Comisión Nacional de Televisión.
- Utilizar la red de distribución para prestar servicios diferentes al de televisión comunitaria sin ánimo de lucro autorizado por la Comisión Nacional de Televisión, sin ostentar título habilitante expedido por la entidad competente.
- Propiciar, permitir o enmascarar con la calidad de carencia de ánimo de lucro, actividades lucrativas que generen rendimientos o beneficios económicos, diferentes a una remuneración adecuada y equitativa por servicios prestados, para particulares, asociados o directivos de la comunidad.
- Exigir a los asociados, por la instalación del sistema, una suma superior a la que resulte de dividir el valor de la inversión entre el número total de asociados.
- Exigir a los asociados aportes no autorizados o que excedan el valor necesario para cubrir los costos de administración, operación, mantenimiento, reposición y mejoramiento del servicio.
- Exigir aportes diferenciales entre los asociados por la prestación del servicio.
- Ser titular de más de una licencia para prestar el servicio de televisión en el nivel territorial que le ha sido asignado o participar en la composición formal de más de una comunidad organizada para ese efecto.
- Interconectar sus redes con las de otros operadores o prestatarios del servicio de televisión o utilizar cabeceras de terceros.
- Radio difundir las señales que distribuye.

- Distribuir señales codificadas sin el pago de los derechos de autor respectivos o exceder el número de siete (7) señales codificadas.
- Utilizar cualquier mecanismo técnico de decodificación o receptores satelitales que permitan recibir o distribuir señales codificadas sin el previo pago de los derechos patrimoniales de autor.
- Distribuir programación de contenidos pornográficos o que desconozcan las previsiones del Acuerdo 017 de 1997, o las normas que lo adicionen o modifiquen, sobre contenidos de violencia y sexo, o que desconozcan los principios y fines del servicio de televisión.
- Suspender injustificadamente el servicio por más de un año o paralizar su prestación, sin haber renunciado a la licencia.
- Prestar el servicio de televisión a personas no asociadas a la comunidad organizada, salvo la excepción prevista en el presente Acuerdo.

Obligaciones

El Acuerdo 009 de 2006 y el proyecto modificadorio obligan a las comunidades organizadas a que dispongan de frecuencias para la transmisión de los canales de televisión colombianos de señal abierta que se sintonicen en el área de cubrimiento autorizada y a guardar durante seis meses los archivos fílmicos de la producción propia y de la publicidad, para facilitar las labores de control de la CNTV.

Comercialización

La comercialización de la televisión comunitaria, según el *Artículo 19 del Acuerdo 009 del 24 de octubre de 2006*, se regirá bajo los mismos parámetros de la televisión abierta (Acuerdo 2 de 2003 y Acuerdo 1 de 2005), los cuales establecen, entre otras disposiciones, que se pueden emitir infocomerciales sobre uno o varios productos, nombres, marcas o servicios, con duración mayor a tres minutos por cada media hora de programa de televisión, en todos los canales del servicio público de televisión abierta, nacional, regional o local. *El proyecto modificadorio* señala que el canal comunitario podrá comercializar hasta siete minutos (cuatro más) por cada media hora de programación, y los dineros recaudados por este concepto quedarán excluidos del pago de compensación y deberán destinarse exclusivamente a cubrir los costos que su producción demande y al mejoramiento del canal.

No obstante, las comunidades organizadas podrán transmitir mensajes cívicos por cualquiera de sus canales habituales, toda vez que cumplan con los siguientes requisitos contemplados en el *Artículo 20 del Acuerdo 009 de 2006* y en el *proyecto modificador*:

- Emplear generador de caracteres u otro sistema de generador de texto.
- Aparecer en la pantalla por superposición y sin interrumpir la programación.
- No cobrar suma alguna por la emisión de esos mensajes.
- No transmitir más de dos (2) mensajes por cada media hora de programación mientras se esté transmitiendo producción propia.
- No ocupar un área superior al quince por ciento (15%) de la pantalla mientras se esté transmitiendo producción propia.
- No contener logotipos, ni menciones a empresas o personas distintas a la propia comunidad organizada o a las instituciones oficiales que realicen el mensaje.
- No realizar proselitismo político o religioso a través de esos mensajes.

Servicios de valor agregado

Tanto el acuerdo actual como el proyecto modificador autorizan a los licenciatarios de la televisión comunitaria a utilizar la red para la prestación de servicios de valor agregado y telemáticos (internet, por ejemplo), siempre que se ajuste a la ley.

Sanciones

El Artículo 27 del Acuerdo 009 de 2006 relaciona las faltas y sanciones con su respectiva gradación que la CNTV aplicará en caso de que las comunidades organizadas prestadoras del servicio de televisión comunitaria y de la distribución de señales incidentales incumplan los artículos del Acuerdo 009 de 2006. Las faltas y sanciones contemplan medidas como la aplicación de multas, suspensión del servicio y cancelación de la licencia. *El proyecto modificador* indica directamente que se cobrarán multas hasta de 500 salarios mínimos legales mensuales (no establece grados para la aplicación de las sanciones) y añade que se podrán decomisar los bienes y equipos cuya utilización vaya en contra de los principios y fines de la televisión comunitaria.

6.2.2.3 Diferencia con otros servicios

A pesar de las distinciones que hace la normativa vigente, se suele confundir la operación, propósitos y funciones de la televisión comunitaria con la tv local sin ánimo de lucro y con la tv por suscripción.

De la televisión local se diferencia por el hecho de que la tv comunitaria opera el servicio bajo la modalidad cerrada (en este caso por cable), además debe realizar un número determinado de horas dependiendo de la cantidad de asociados y del número de señales codificadas que emita, no puede superar los 15.000 asociados y tiene derecho a transmitir comerciales y mensajes cívicos. En tanto que la tv local sin ánimo de lucro, opera bajo la modalidad abierta, esto es, la CNTV le otorga la licencia y la frecuencia que debe emplear la persona jurídica autorizada. El nivel de cubrimiento puede ser un municipio, distrito, área metropolitana o asociación de municipios y no se le permite la emisión de comerciales, por lo que su sostenimiento se basa en aportes, auspicios, colaboraciones y patrocinios.

De la televisión por suscripción se distingue por su amplitud, puesto que la tv comunitaria se presta sin ánimo de lucro y dentro de una cobertura geográfica restringida, en tanto que la tv por suscripción persigue los rendimientos y puede llegar a miles de abonados de un país, región, municipio o zona.

6.2.2.4 Primeros estudios sobre la televisión comunitaria (diagnósticos y propuestas)

María Patricia Téllez Garzón (2003b) hace una síntesis de tres diagnósticos y un plan de acción que ha tenido la televisión comunitaria desde su puesta en funcionamiento.

El primer diagnóstico que se hizo sobre la tv local y comunitaria en Colombia fue publicado en la revista *Señales de humo, panorama de la tv local y comunitaria en Colombia*⁸⁹, por la Fundación Social, el Centro de Investi-

89 La investigación tiene como cualidades la exhaustividad, y la coordinación de los diferentes grupos que examinaron la realidad de estos tipos de televisión en todo el territorio nacional. Sin embargo, a nuestro parecer, se erró en no estudiar por separado las televisión comunitaria y la televisión local, puesto que cada una de ellas tiene una normativa y filosofía diferentes. Así las cosas, los resultados que arrojan, aunque igualmente válidos teniendo en cuenta que es una investigación pionera en el tema, no permiten conocer por separado las dos realidades mediáticas.

gación y Educación Popular (CINEP) y el Ministerio de Comunicaciones. Este trabajo se realizó con el objeto de recoger información a través de una encuesta sobre el funcionamiento de los canales a partir de aspectos como ubicación geográfica, organización interna, infraestructura, programación y personal, entre otros. El diagnóstico reveló que las televisiones comunitarias proliferan en ciudades intermedias y pequeñas y con menor frecuencia en las capitales, lo que demuestra la necesidad nacional de que las pequeñas poblaciones puedan verse y escucharse. Así mismo, descubrió que los canales comunitarios presentan dificultades para sostenerse económicamente y que los programas que preferentemente son emitidos pertenecen a los géneros magazines y noticieros, junto con las transmisiones en directo de eventos culturales y deportivos. El diagnóstico también demostró que la inversión en capacitación técnica es baja pero se privilegia a ésta por encima de la capacitación conceptual periodística. (Rodríguez, 1998: 176).

Un segundo estudio de este tipo se gesta en el 2000 desde la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura a través de las Mesas de Medios Ciudadanos y Comunitarios con las que se buscaba establecer políticas que enriquecieran la formulación del Plan Nacional de Cultura. Uno de los resultados positivos de esta experiencia fue que el Ministerio en mención catalogara a los medios comunitarios como productores culturales y no simplemente –como se veían antes–, como medios por donde circula información cultural (Téllez, 2003a: 40). Así mismo, se destacaron experiencias positivas en diferentes partes del país, toda vez que se evidenciaron fortalezas en la autogestión de las comunidades, el vínculo de la comunidad y los bajos costos de producción, pero se detectaron falencias relativas al sostenimiento de los canales, la calidad de la programación, la falta de capacitación en lenguaje televisivo, creación de parrilla de programación y manejo de equipos, en formulación de proyectos de comunicación y gestión administrativa. El estudio concluyó que la mayoría de las televisiones comunitarias no podían emitir 14 horas semanales de producción propia, como lo demandaba la primera legislación (Acuerdos 029 del 19 de diciembre de 1997 y el 006 de 1999)⁹⁰.

90 Cabe recordar que la legislación vigente está consagrada en el Acuerdo 009 del 24 de octubre de 2006 y sus acuerdos reglamentarios, el 002 y 005 ambos de 2007. El Acuerdo 009 exige un número de horas determinado dependiendo de la cantidad de asociados que tenga el sistema de televisión comunitaria y del número de canales codificados que emita.

Un tercer esfuerzo para diagnosticar la situación de este tipo de televisión, se adelanta desde el Plan de Acción para la TV Comunitaria (2002), liderado por el Ministerio de Cultura y la CNTV y desarrollado por la investigadora Patricia Téllez, en el que se incorporan tres estrategias básicas: un diagnóstico con el fin de actualizar los anteriores –en el que se observan problemas similares a los otros estudios–, la organización de talleres de capacitación buscando suplir las carencias detectadas y la entrega a estos canales de una maleta de programas culturales diseñada por el Ministerio de Cultura para fortalecer las parrillas de programación.

Y un tercer estudio fue realizado por quien escribe estas líneas en el 2008, año en el que defiende su tesis doctoral “Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano. Estudio de la televisión comunitaria de Colombia y nueva propuesta de programación y formación de periodistas”. En este trabajo se estudia este tipo de televisión en las áreas de la producción, la programación y audiencia, utilizando métodos cuantitativos (análisis de contenidos) y cualitativos (sesión de grupo, entrevista en profundidad y observación). Los resultados apuntan a conocer el funcionamiento de este medio audiovisual a proponer Modelo de televisión comunitaria, integrado por los componentes de la *participación*, la *programación*, la *proyección*, las *alianzas estratégicas* y el *desarrollo humano*. Con base en este modelo, también se presentan tres propuestas relacionadas con: (1) *el periodismo* (fundamentos para un periodismo comunitario); (2) *la programación de televisión* (parrilla de programación orientada hacia el desarrollo humano de Colombia); y (3) *la educación* (programa didáctico para la formación del periodista comunitario, a nivel de especialización).

6.2.2.5 La televisión comunitaria y el desarrollo humano

La normativa de la televisión comunitaria pretende que ésta se convierta en una alternativa real para que las comunidades organizadas participen activamente en la construcción de su municipio, región o país, mediante la producción y realización de sus propios contenidos con énfasis en lo social y comunitario.

Para ello se plantea la necesidad de que el televidente asuma el protagonismo del proceso de la comunicación y elabore propuestas educati-

vas y culturales locales en el medio audiovisual. Esta es una de las características de la televisión comunitaria que permite deducir su potencial para coadyuvar en la consecución del desarrollo humano, con la participación activa de las comunidades. Hemos utilizado el verbo “deducir” porque en la legislación sobre este tipo de televisión sólo se recalca que debe producir contenidos educativos y culturales, pero no menciona con qué fin. A nuestro juicio, el objetivo debe ser el de contribuir a mejorar las condiciones de vida de la población, produciendo contenidos sobre salud, fomento de la participación democrática, construcción de consensos para prevenir la violencia, etc.

No obstante, en la “Declaración de Versalles”, documento elaborado por los canales locales y comunitarios del Valle del Cauca reunidos en Versalles, (Valle del Cauca), sí aparece un compromiso de estas televisiones con el desarrollo humano del país. El documento fue publicado en la revista *Señales de humo* (1998: 179) y, en cierta medida, suple la carencia de la legislación en cuanto a la importancia de incorporar el concepto de desarrollo humano, en el funcionamiento de los medios comunitarios:

Creemos en un desarrollo que privilegia al ser humano sobre las cosas. No nos interesan los indicadores de la economía tradicional. Creemos en un desarrollo humano, de sus potencialidades, de su riqueza e identidad cultural. Y la comunicación es fundamental para dinamizar los procesos de convivencia. Por eso defendemos la búsqueda de construir una comunicación más cercana, más respetuosa con la diferencia y que abra novedosos espacios de encuentro para desarrollar el diálogo de saberes. Sólo esta comunicación nos dará la posibilidad de recrear y difundir símbolos, costumbres y tradiciones en un país rico en diversidad cultural y étnica.

Por su parte, Jaime Niño Díez (2004), ex comisionado de la CNTV, expuso algunos elementos que resumen el papel de la televisión comunitaria en la consecución del desarrollo humano. Su conferencia fue pronunciada durante el *II Foro Nacional de Televisión Comunitaria* y trató sobre la contribución que esta TV puede hacer para la reconstrucción del tejido social de Colombia. Para Niño Díez la realidad colombiana presenta situaciones complejas como la agudización del conflicto interno, la influencia cada vez más notoria del narcotráfico en la vida nacional, los altos índices de corrupción y violación de los Derechos Humanos,

todo ello asociado con el incremento del desempleo, la marginalidad, la distribución desigual de la riqueza y las deficiencias que algunos grupos tienen en educación, salud, vivienda, saneamiento básico y seguridad.

El panorama político -agregó-, se ha agravado por la crisis de valores, determinada por el aumento del individualismo y la desconfianza. Esta situación ha conllevado a dificultades para la comunicación en la población y la pérdida de elementos que cohesionan a los grupos como la cooperación, la solidaridad y la utilización de espacios colectivos. La participación ciudadana también ha sido la gran damnificada por la desarticulación de la comunidad y por el ambiente de violencia y desigualdad que se vive en el país, lo que ha estigmatizado la legítima protesta social, la organización civil y el uso de los canales de participación democrática plasmados en la Constitución Nacional y la ley.

Ante ello, sostuvo que la televisión comunitaria funge como un medio alternativo en el que se escuchan diversas voces, para clamar por mejores condiciones económicas, políticas y sociales. Según el ex comisionado Niño Díez (2004),

son muchas las particularidades que hacen interesante y poderosa la televisión comunitaria al momento de pensar en estrategias para enfrentar la poca integración social o comunitaria y el debilitamiento de redes de participación ciudadana. Una de ellas consiste en que la participación del televidente no se limita a ser un simple receptor, usuario, consumidor de productos, sino que se integra por completo al proceso. Los productores y programadores pertenecen a la misma comunidad y de esa manera ella misma tiene una incidencia directa en todo el ciclo o cadena de valor de un programa, desde la concepción de la idea inicial hasta su crítica final.

Así las cosas, y según nuestro parecer, este tipo de televisión se concibe como la verdadera televisión interactiva del futuro en la que la tecnología no es la única mediadora del rico intercambio entre la audiencia y la confección y realización de la parrilla de programación, sino un elemento más que propicia espacios de encuentro para que la comunidad exprese sus necesidades y emprenda acciones para la realización de obras de beneficio colectivo.

La televisión comercial, entre tanto, no aspira a fortalecer ese encuentro con la comunidad, salvo para conocer sus hábitos de vida y convertirlos en necesidades que han de ser suplidas con los productos que

promociona el canal. En cambio, en la televisión comunitaria el objetivo radica en abrir espacios para que la gente sea oída y para que el muchacho desempleado, la ama de casa consagrada sólo al hogar, hallen una oportunidad para expresar su creatividad y proyectar su identidad a través de los contenidos del medio de comunicación.

En este contexto, la tv comunitaria promueve la libertad mediante el *reconocimiento de la individualidad*, porque las comunidades tienen la posibilidad de hacer televisión a su manera, con su creatividad, recursos técnicos y económicos, con su organización, estética y con el modo propio de ver y narrar los hechos. También crea las condiciones propicias para el *reconocimiento de la diversidad*, puesto que abre espacios a más opiniones e interpretaciones de la ciudadanía sobre los hechos políticos, económicos y culturales.

Las iniciativas comunitarias emergen como la oportunidad de construir desarrollo propio, humano y sostenible a partir de lo local para hacer frente a una globalización con afán de uniformar la cultura e imponer modos de vida consumistas. En el plano noticioso, la televisión comunitaria valora y difunde informaciones con otras narrativas diferentes de acuerdo con las necesidades y expectativas de la comunidad, sin recurrir a dramatismos y a sensacionalismos como suele ocurrir con los noticieros de la televisión comercial.

Otros caminos por los que deben y pueden transitar los canales organizados por las comunidades son: primero, promover la recuperación de la memoria histórica de los pueblos, pues los canales comunitarios son los que entretejen y construyen los hechos más importantes de la sociedad y son los que los transmiten con carácter masivo. Esa va a ser la otra historia contada en la que los héroes, los protagonistas, no son sólo las personas consideradas individualmente sino todo el entramado social que gestó y vivió los principales acontecimientos de la localidad. Y segundo, incursionar en la televisión educativa de manera que los contenidos de sus programas, producidos con una intencionalidad didáctica, sirvan de complemento a la educación formal e informal.

Darío Ángel Pérez (1998: 25-29) señala tres aspectos hacia los cuales las tv comunitarias deben dirigirse para que se conviertan en expresión comunitaria del quehacer cotidiano, incluyendo otra forma de comunicación diferente de las estéticas transnacionales excluyentes. Es-

tos aspectos son la *democratización de la información pública*, para fortalecer una conciencia ciudadana que le abra a la sociedad civil deliberante una responsabilidad en los asuntos públicos; la *circulación de sentidos de convivencia democrática*, para que desde los medios las comunidades visibilicen sus maneras propias de imaginar el mundo y la vida; y una mirada de *lo global a lo local*, de modo que haga posible una televisión alternativa que promocióne la pluralidad creativa.

Para Germán Rey (1998: 75) los canales comunitarios trazan el camino de una democracia que debe pasar por el diálogo más cercano, por el derecho a mirarse con ojos e ilusiones propios y por la necesidad de conversar con el de afuera para no caer en cercos endogámicos.

6.2.2.6 La televisión comunitaria en los hogares colombianos⁹¹

En este apartado se reseñan las principales mediciones que la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) han realizado a la televisión comunitaria en el país. Se han analizado estadísticas de diferentes años, principalmente de 2003, 2005, 2008, 2009 y 2010. Hemos optado por relacionar todas las mediciones de los años anteriores debido a que en la mayoría de los estudios se miden variables distintas, por lo que el conocimiento de la evolución de cada una de ellas resulta –salvo dos excepciones– imposible.

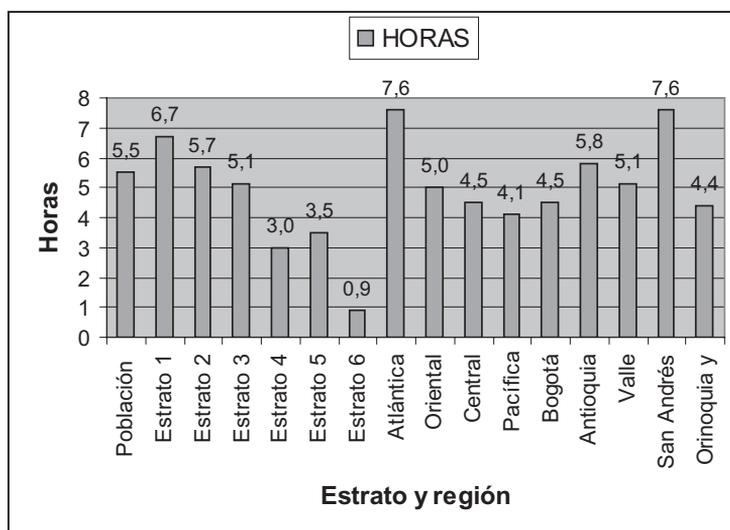
Tipo de televidente por franja

De acuerdo con cálculos del CID, a partir de la Encuesta de Calidad de Vida 2003 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, el 0,3% de los televidentes (108.937 personas) ve canales comunitarios. La distribución de los televidentes por franja se presenta de la siguiente forma: (Ilustración 6).

La televisión comunitaria es vista por los estratos bajos, 1, 2, 3, pertenecientes a clases sociales de bajos ingresos, lo cual da entender

91 A comienzos de 2006 comenzó emisiones TVO, un canal de Bogotá por el que se transmitían programas de televisiones comunitarias del todo el país durante ocho horas diarias. La idea era que el trabajo audiovisual comunitario fuera conocido en todo el territorio colombiano y, de paso, los anunciantes de cada uno de esos espacios pudieran ofrecer sus productos en el orden nacional. TVO, que se sostenía con un porcentaje de esa publicidad contratada inicialmente por las televisiones comunitarias, dejó de salir al aire.

Ilustración 6. Tipo de televidente (estrato-región) – Franja de la mañana (lunes a viernes). Porcentaje de horas

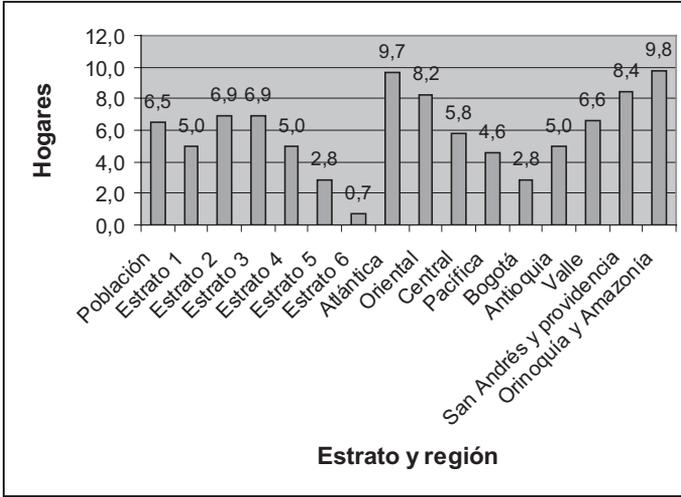


Fuente: Cálculos del CID a partir de DANE-Encuesta de Calidad de Vida (2003).

que este tipo de televisión tiene un potencial enorme para emitir contenidos educativos, culturales y comunitarios que aporten en calidad de vida a las clases socioeconómicas menos favorecidas de Colombia. Los televidentes que más horas le dedican pertenecen a la región Atlántica y en el archipiélago de San Andrés y Providencia. En promedio todas las regiones ven esta televisión más de cuatro horas a la semana de lunes a viernes, franja de la mañana. (Ilustración 7).

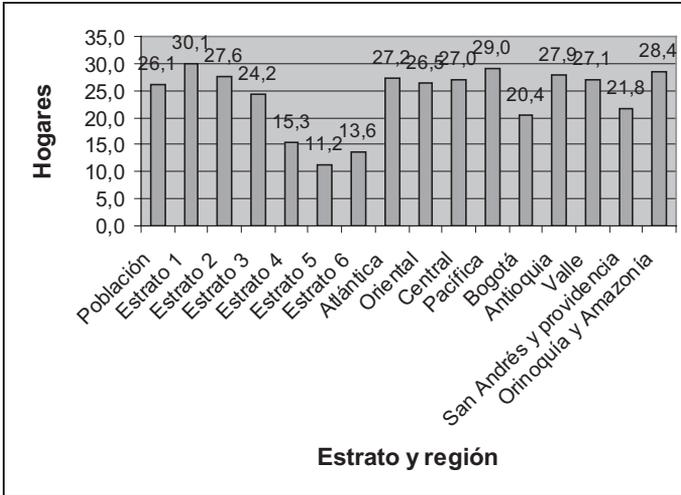
El mayor porcentaje de hogares de esta franja que ve la TV comunitaria se encuentra en los estratos 2 y 3 y, disminuye un poco, en los estratos 1 y 4, para descender notablemente en los estratos 5 y 6. La región que lidera el porcentaje de hogares en esta franja es Orinoquia y Amazonia, seguida de Atlántico y el archipiélago de San Andrés y Providencia. (Ilustración 8).

Ilustración 7. Tipo televidente (estrato-región) – Franja medio día (lunes a viernes). Porcentaje de hogares (televisión comunitaria de Colombia)



Fuente: Cálculos del CID a partir de DANE-ECV (2003).

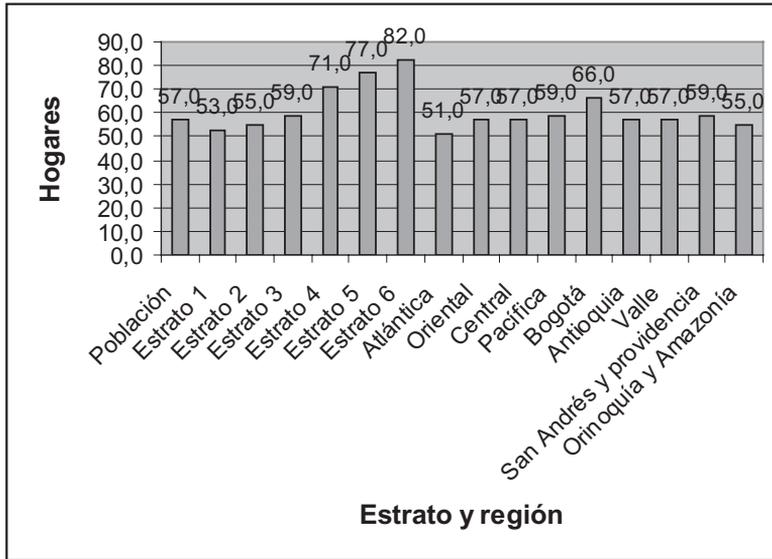
Ilustración 8. Tipo de televidente (estrato-región) – Franja de la tarde (lunes a viernes). Porcentaje de hogares (televisión comunitaria de Colombia)



Fuente: Cálculos del CID a partir de DANE-ECV (2003).

El porcentaje de hogares en la franja de la tarde es liderado por el estrato 1, seguido por el estrato 2 y 3. Pacífico lidera el porcentaje por región, con un repunte importante de otras regiones como Orinoquia y Amazonia, Antioquia y Central. (Ilustración 9).

Ilustración 9. Tipo de televidente (estrato – región) – Franja de la noche (lunes a viernes). Porcentaje de hogares (televisión comunitaria de Colombia)



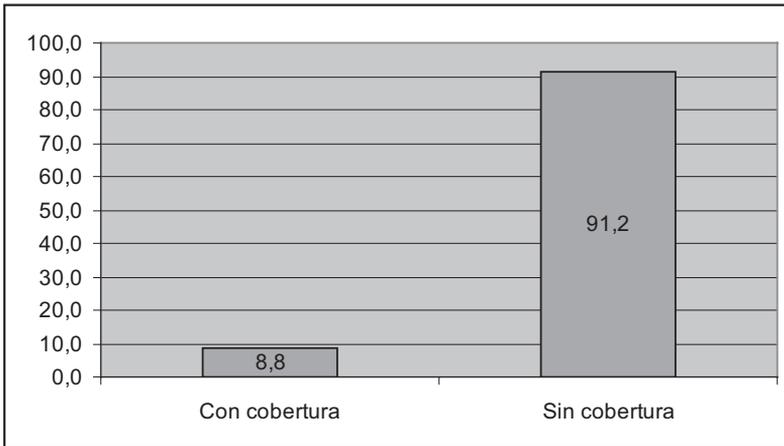
Fuente: Cálculos del CID a partir de DANE-ECV (2003).

El porcentaje de hogares que ve televisión comunitaria en la franja de la noche -la de la mayor audiencia-, cambia radicalmente puesto que los estratos de mayores ingresos, 4, 5 y 6, aumenta notablemente y disminuye en los estratos 1, 2 y 3. Se registra un aumento del porcentaje de hogares en Bogotá y se mantiene alrededor del 57 y 59% en las demás regiones, exceptuando Atlántico donde disminuye y presenta elevados porcentajes en las franjas mañana, medio día y tarde. En materia de preferencias por tipos de programa, el público de esta televisión se inclina por los de entretenimiento en un 56% y por los informativos en un 44%. La sintonía de los programas informativos aumenta con el nivel socioeconómico, y son preferidos por los hombres y las personas mayores de 25 años.

Cobertura

Un reto que tiene la televisión comunitaria consiste en ampliar su cobertura en todo el país, para lo cual tiene como punto a favor el hecho de que resulta ser más económica para sus usuarios que para los de la televisión por suscripción (satelital y cable).

Ilustración 10. Cobertura de la TV comunitaria en Colombia

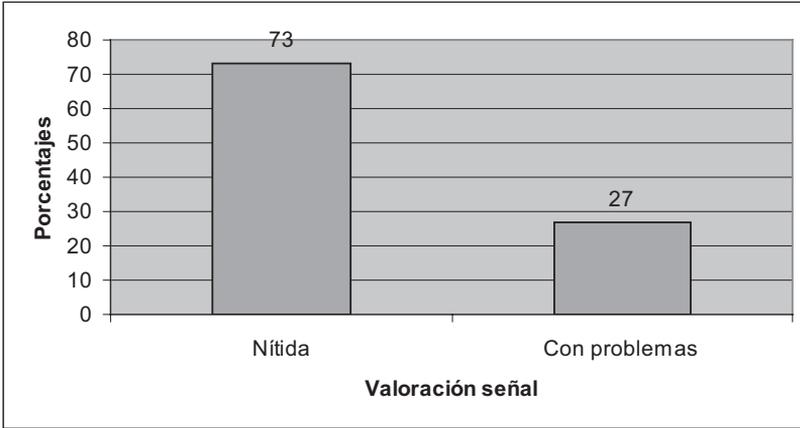


Fuente: DANE - Encuesta Calidad de Vida (2003), capítulo Televisión.

Calidad de la señal

Por poseer un sistema cerrado de cable, la señal de la televisión comunitaria es recibida de manera nítida por los televidentes. Sólo un 23% de los encuestados afirma que la señal presenta algunos problemas.

Ilustración 11. Calidad de la señal de la TV comunitaria de Colombia

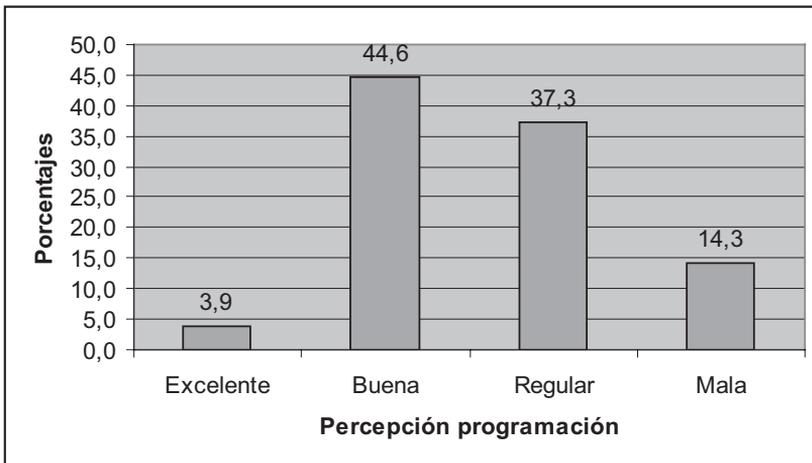


Fuente: DANE - Encuesta Calidad de Vida (2003), capítulo Televisión.

Calidad de la programación

Cerca de la mitad de sus televidentes considera que la programación es buena, sin embargo, la otra mitad señala que es regular y mala. Hay que tener en cuenta que la percepción de ser mala es mayor que la de las personas que la consideran excelente.

Ilustración 12. Calidad de la programación de la tv comunitaria de Colombia

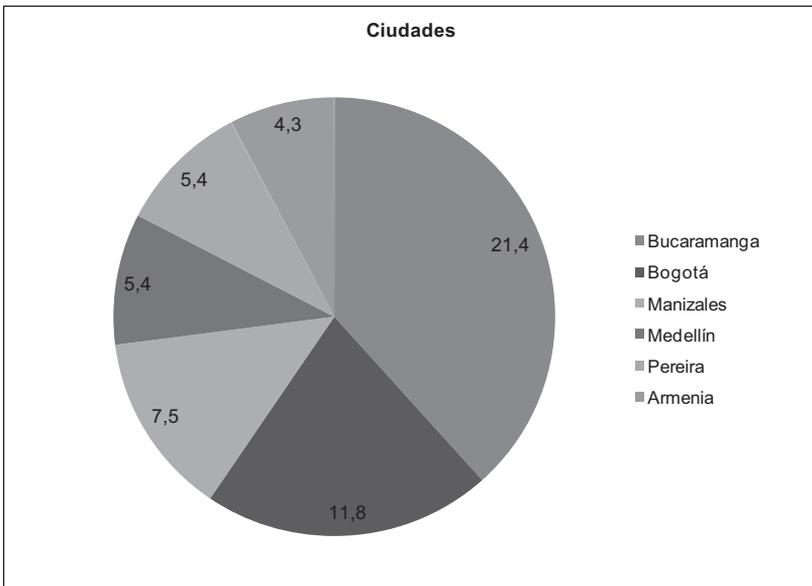


Fuente: DANE - Encuesta Calidad de Vida (2003), capítulo Televisión.

Cobertura⁹² de la televisión comunitaria en las ciudades capitales de Colombia

Las ciudades con mayor cobertura o presencia geográfica de la televisión comunitaria son: Bucaramanga (21,4%), Bogotá D.C. (11,8%), Manizales (7,5%), Medellín (5,4%), Pereira (5,4%), Armenia (4,3%). Estos datos demuestran que este tipo de tv ha tenido mayor desarrollo en el departamento de Santander⁹³, cuya capital es Bucaramanga, como ya lo había indicado la CNTV (2006a).

Ilustración 13. Cobertura de la tv comunitaria en algunas ciudades capitales



Fuente: Comisión Nacional de Televisión, CNTV, (2005a)

Penetración de la televisión comunitaria en Colombia

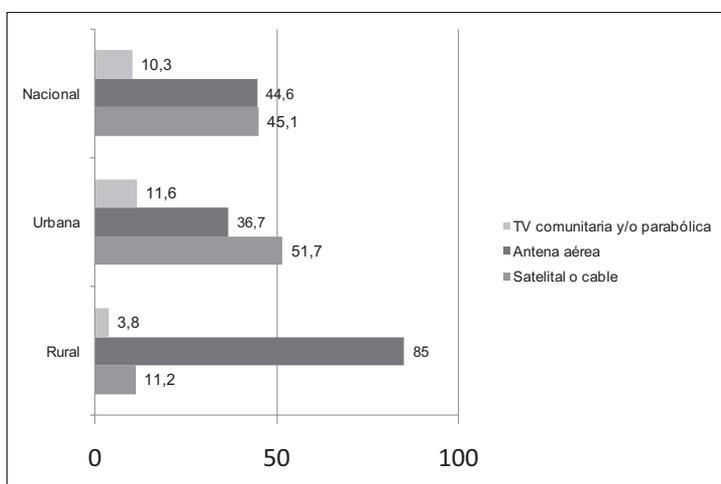
De acuerdo con la Gran Encuesta Integrada de Hogares, módulo televisión, la señal de la tv comunitaria es recibida en el 10,3% de los hogares. El porcentaje aumenta levemente en el caso de los hogares ur-

92 El término “cobertura” se refiere a la presencia geográfica de una señal, en tanto que el término “penetración” tiene que ver con la cantidad de hogares que la señal de televisión logra incorporar.

93 Datos recientes, aún no sistematizados, indican que en el departamento de Antioquia también se evidencia un desarrollo notorio de los canales comunitarios.

banos (11,6%) y desciende drásticamente en los hogares rurales (3,8%). La penetración de la TV comunitaria en el país es inferior a la señal recibida por antena aérea en el sistema abierto (44,6%) y a la señal recibida por satélite o cable en el sistema cerrado (45,1%). En la medición realizada en el 2005 se registra que un 7,7% de los hogares con televisión (397.000 unidades) recibió la señal de televisión a través del medio comunitario y/o parabólico; un 48,7% por antena aérea; y un 44,2% por cable y satélite. Es decir, al cabo de cuatro años la penetración de la señal comunitaria y/o parabólica en los hogares comunitarios se ha incrementado en un 2,5%.

Ilustración 14. Porcentaje de hogares (urbano, rural) que reciben la señal de tv



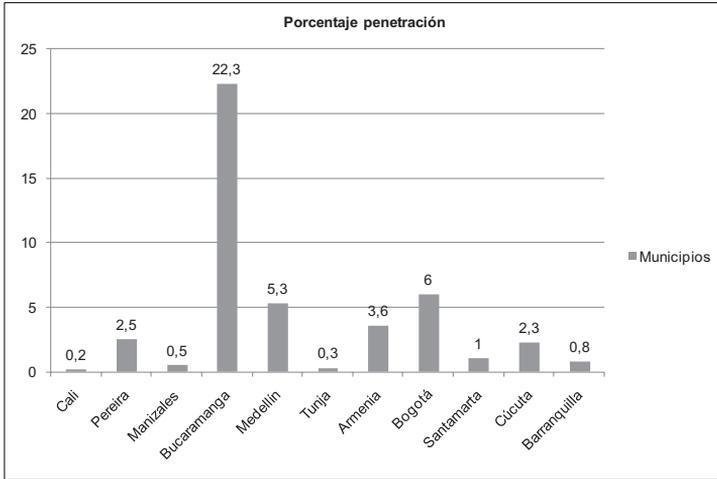
Fuente: Comisión Nacional de Televisión, CNTV, (2009b)

Penetración de la televisión comunitaria por municipios colombianos

El mayor número de hogares que cuenta con televisión comunitaria pertenece a dos regiones de Colombia. Por un lado, las capitales del Eje Cafetero (con un 11,7% de penetración) que incluye a Armenia (3,6%), Pereira (2,5%), Medellín (5,3%) y Manizales (0,3%) y, por otro, el Gran Santander (24,6%) al que pertenecen Bucaramanga (22,3%), capital de Santander del Sur, y Cúcuta (2,3%), capital de Norte de Santander. Estos datos corroboran lo dicho ya por la CNTV (2006a) –y reseñado en el

ítem “cobertura en las ciudades capitales”-, en el sentido de que Santander⁹⁴ es la región de Colombia donde más se ha desarrollado la tv comunitaria.

Ilustración 15. Penetración de la tv comunitaria por municipios



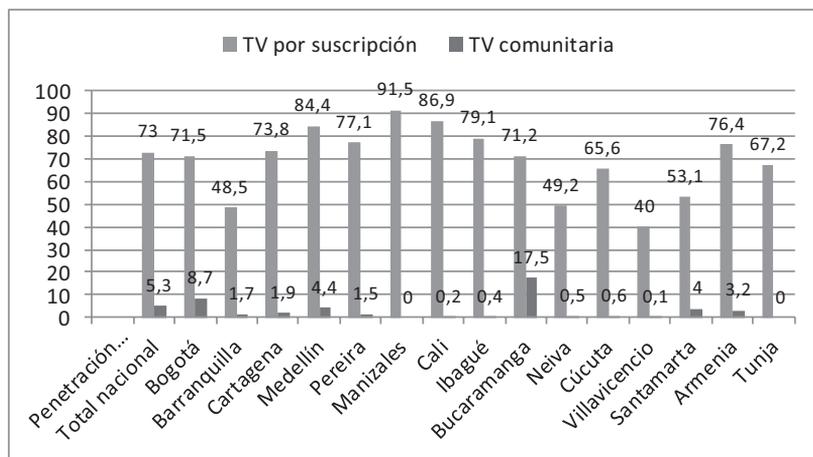
Fuente: Comisión Nacional de Televisión, CNTV, (2008a).

Penetración personas de la tv por suscripción y tv comunitaria

El negocio de la tv por suscripción cubre una gran parte del mercado de la televisión. La tv comunitaria, por su parte, tiene audiencia moderada en algunos municipios/capitales de Colombia. Su presencia es destacada en Bucaramanga, capital del departamento de Santander, pues cuenta con una penetración del 17,5%. Respecto a los datos del año 2008, la televisión comunitaria ha experimentado incrementos en Bogotá (del 6% en el 2008 a 8,7% en el 2010) y descensos en la mayoría de las localidades tomadas como referencia, inclusive en Bucaramanga.

94 Como ya se dijo antes, el departamento de Antioquia también ha experimentado un desarrollo importante.

Ilustración 16. Penetración de la tv por suscripción y de la tv comunitaria



Fuente: Comisión Nacional de Televisión, CNTV, (2010).

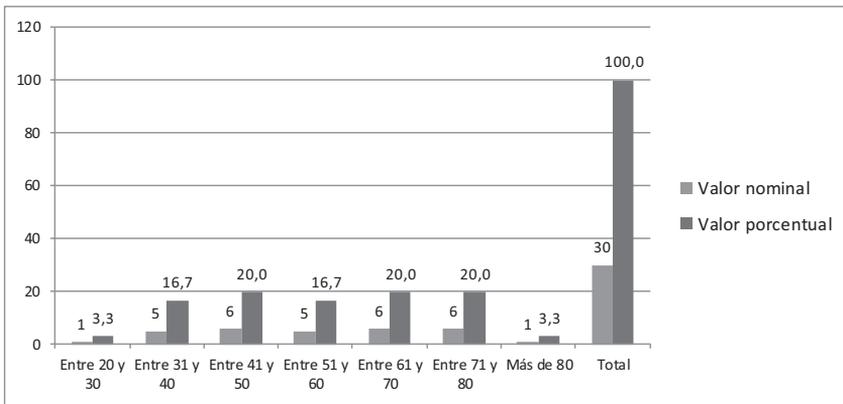
Al cierre de la edición de esta obra, se informó que las televisiones comunitarias transmitirán nueve partidos de cada fecha del fútbol profesional colombiano en el 2012, gracias al contrato que suscribieron ComuTV, entidad que las agremia, y la División Mayor del Fútbol Colombiano (Dimayor). En principio, 120 tv comunitarias llevarán la señal de los encuentros a municipios de 16 departamentos de la geografía nacional (Dimayor, 2012), lo que, seguramente, aumentará la penetración y audiencias de estos sistemas comunitarios.

6.2.2.7 El funcionamiento actual de la tv comunitaria

El semillero de investigación en “Comunicación y periodismo para el desarrollo humano”, adscrito al programa de comunicación social – periodismo de la Universidad del Tolima e integrado por los estudiantes Laura Olaya, Juan Pablo Bustamante, Sol Milena Ospina, Johan Orjuela y Cristian Villalba, bajo la coordinación del autor de este texto, aplicó una encuesta a 30 representantes de televisiones comunitarias en el país. La actividad se llevó a cabo en Sabaneta, Antioquia, del 14 al 16 de septiembre de 2011, en el marco del V Festival Nacional de tv comunitaria. La muestra no probabilística pretendía indagar aspectos que no son abordados por la Encuesta General de Medios en Colombia, como el número de canales incidentales y codificados que ofrecen estos

sistemas a sus usuarios, tipo de relación con la CNTV, número de horas de producción propia, entre otras variables. De las 30 televisiones comunitarias encuestadas, 13 pertenecen al departamento de Antioquia, cinco al de Santander (una del norte y cuatro del sur de este departamento), dos al del Magdalena, tres al del Tolima, dos al de Cundinamarca y en razón de una a los departamentos de Bolívar, Caldas, Cesar, Córdoba y Huila. Los resultados se exponen en las siguientes ilustraciones.

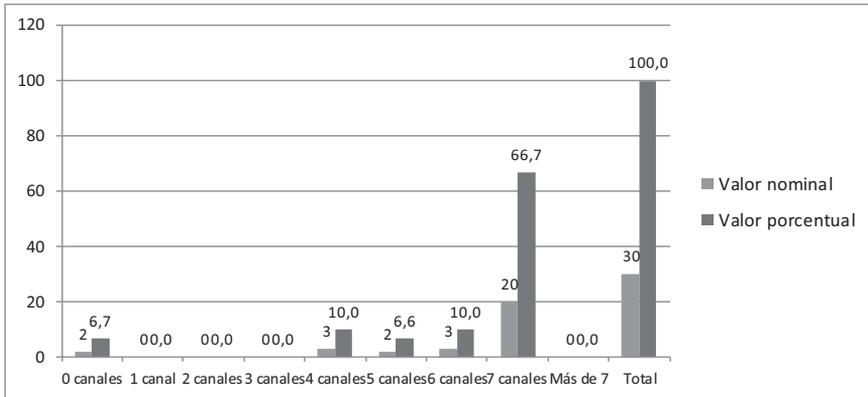
Ilustración 17. Número de canales (codificados e incidentales) que ofrecen a los asociados



Fuente: elaboración propia. N= 30 tv comunitarias.

La mayoría de estas 30 televisiones ofrece una gran cantidad de canales a los usuarios, entre ellos el comunitario, por supuesto. Sin embargo, el ofertar 30, 40, 50 o más no es garantía de que todos sean de calidad. Hay que tener en cuenta que en la V Feria Nacional de TV Comunitaria en Sabaneta se evidenció que algunos representantes de canales incidentales y codificados piden a estos sistemas comunitarios que les incluyan su canal, puesto que es una oportunidad para ampliar cobertura e incrementar el número de televidentes que observan su pauta publicitaria.

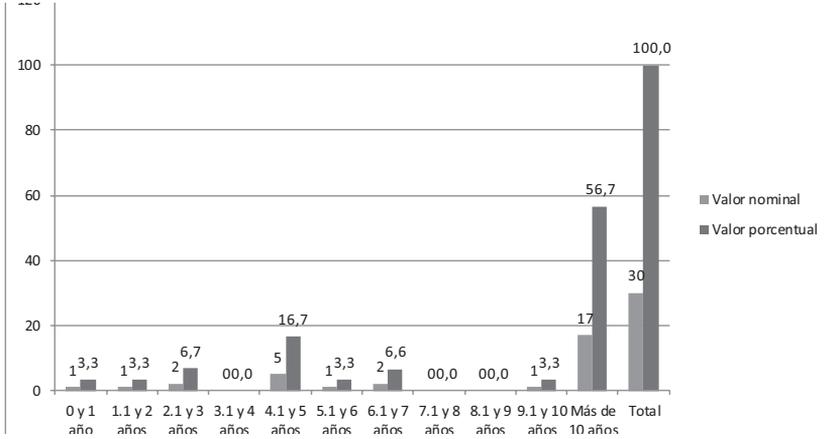
Ilustración 18. Número de canales codificados que ofrecen a los asociados



Fuente: elaboración propia. N= 30 tv comunitarias.

Estos sistemas ofrecen más de cuatro canales codificados, aunque un gran número (20, equivalente al 66,7%) ofrecen siete. Se optó por poner la categoría de “más de siete” (El Acuerdo 009 de 2006 admite hasta siete) porque algunos canales internacionales ofertan dos canales por el pago de uno, lo cual posibilita a las tv comunitarias reportar solo uno de ellos ante la CNTV. Esta acción no es muy clara desde el punto de vista legal. Vale anotar que los canales codificados son los que pagan derechos de autor y no se incluyen en esta categoría los canales temáticos nacionales. *El Artículo 14 del Acuerdo 009 de 2006* estipula el pago por compensación del 7% de los ingresos brutos mensuales a la Comisión Nacional de Televisión, en razón de un 1% por cada canal codificado que emita. Esto quiere decir que entre más canales de este tipo tenga, más dineros tendrá que pagar a la CNTV.

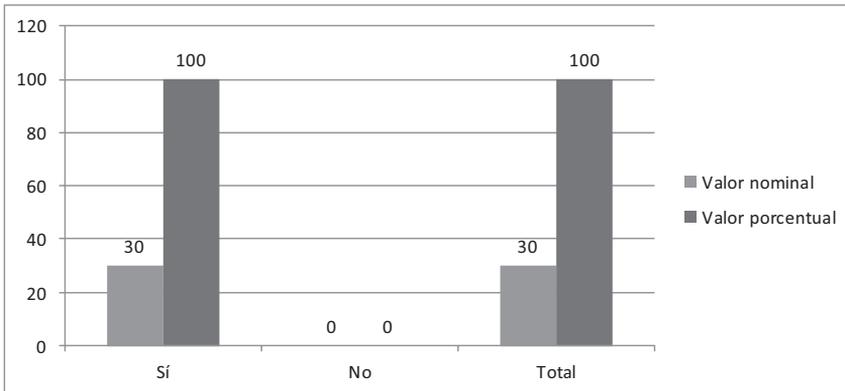
Ilustración 19. Tiempo como TV comunitaria reconocida por la CNTV



Fuente: elaboración propia. N= 30 tv comunitarias.

La mayoría de estos sistemas (17 - 56,7%) posee más de 10 años de reconocimiento por la CNTV y el resto lo tiene entre uno y seis años. Es preciso señalar que con el Acuerdo 009 de 2006 se fusionaron las tv comunitarias ya establecidas con las tv incidentales -que suministraban canales gratuitos-, lo cual dio como resultado el incremento del número de las primeras, puesto que las de distribución incidental pasaron al sistema comunitario.

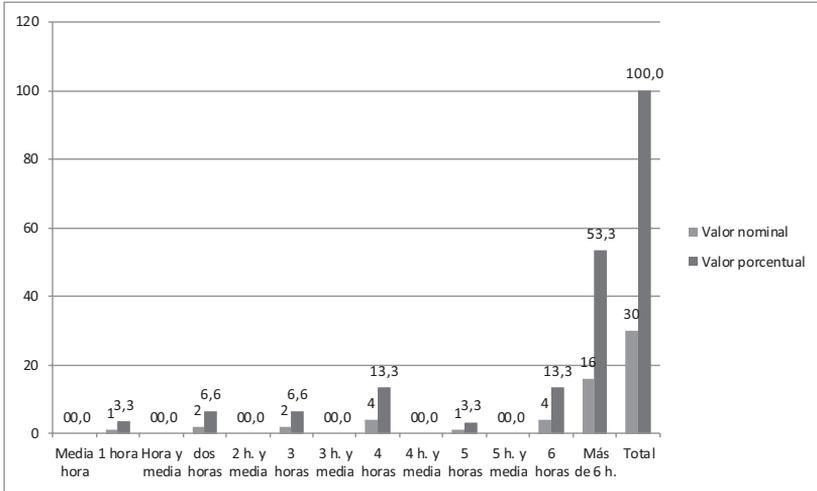
Ilustración 20. ¿Tienen producción propia de televisión?



Fuente: elaboración propia. N= 30 TV comunitarias.

El total de estos medios de comunicación (30 – 100%) cuenta con producción propia de televisión, como lo demanda la CNTV.

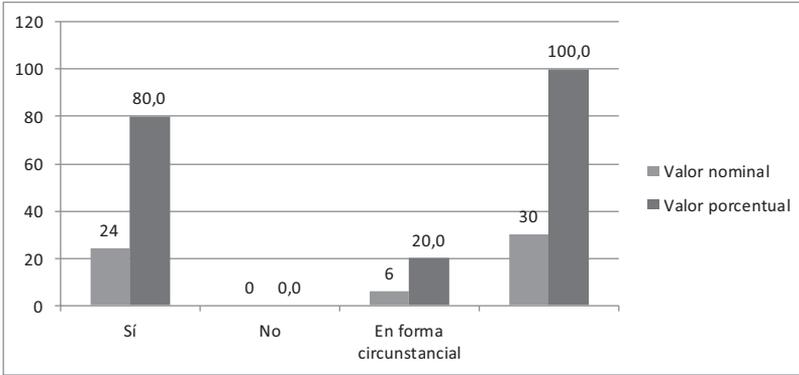
Ilustración 21. Horas de producción propia semanal



Fuente: elaboración propia. N= 30 tv comunitarias.

16 televisiones comunitarias, equivalentes al 53,3%, producen más de seis horas semanales de programas propios. Cuatro de estos sistemas producen cuatro horas (13,3%) y otras cuatro (13,3%) producen seis horas semanales. Para que una tv comunitaria produzca sus propios contenidos con cierta estabilidad influyen varios factores: uno legal, que depende del número de asociados que posea el operador comunitario y del número de canales codificados que emita (ver normativa); otro organizacional, esto es, la capacidad de planeación, gestión y trabajo comunal y la tercera la cantidad de años que lleva operando, o sea, entre más años de reconocimiento por la Comisión más experiencia acumulada para la producción propia de contenidos.

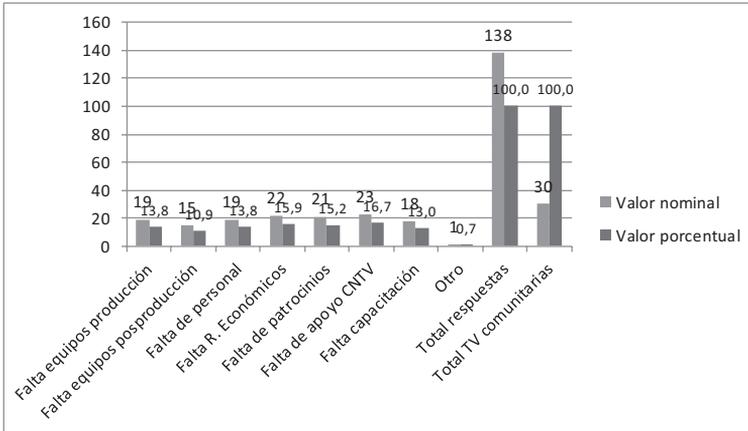
Ilustración 22. ¿Mantienen una programación estable?



Fuente: elaboración propia. N= 30 TV comunitarias.

24 (80%) de las 30 televisiones comunitarias tienen una programación estable, es decir, los programas se emiten por largos periodos de tiempo, en los horarios establecidos y sin interrupciones. Mientras que seis (20%) lo hacen en forma circunstancial, lo que implica que carecen de periodicidad y no hay un cumplimiento estricto de horarios y rutinas de producción.

Ilustración 23. Dificultades para la producción propia de contenidos

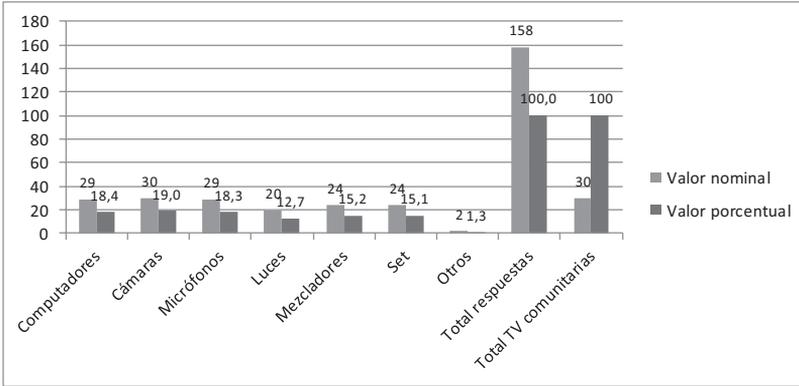


Fuente: elaboración propia. N= 138 respuestas (múltiples) de las 30 tv comunitarias.

La principal dificultad para la producción propia de contenidos es la “falta de apoyo de la CNTV”, así lo indicaron 23 (16,7%) de estos siste-

mas. Le siguen la “falta de recursos económicos” (22 respuestas, equivalentes al 15,9%) y la “falta de patrocinios” (21 – 15,2%).

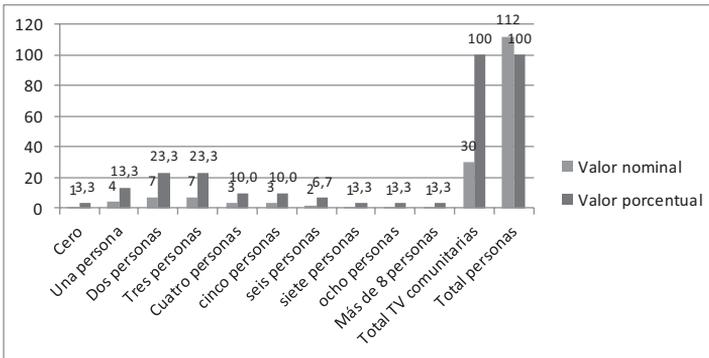
Ilustración 24. Con qué equipos cuentan



Fuente: elaboración propia. N= 158 respuestas (respuestas múltiples) de las 30 tv comunitarias.

La mayoría de las tv comunitarias poseen los equipos suficientes para la producción propia de programas. Sin embargo, hay un pequeño déficit en la posesión de luces (24, equivalente al 15,2%). “Otros” se refieren a la adquisición y uso de equipos como monitores, DVD, generador de caracteres y generador de logos profesional.

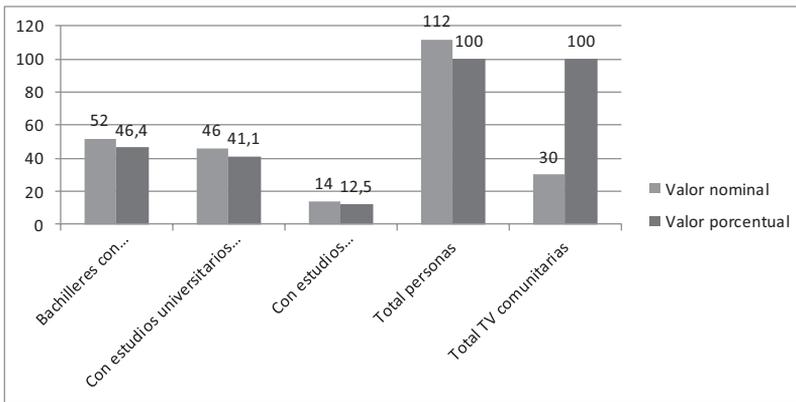
Ilustración 25. ¿Cuántas personas trabajan de manera directa y estable en la producción de la tv comunitaria?



Fuente: elaboración propia. N= 112 trabajadores directos y estables en la producción de contenidos de las 30 TV comunitarias.

Los porcentajes más altos corresponden a siete tv comunitarias (23,3%) que cuentan entre dos y tres personas para la producción de contenidos propios. Son pocos los sistemas comunitarios que tienen plantillas de trabajadores que superan las ocho personas. Vale decir que la contratación de personal depende del número de horas de producción propia que transmita semanalmente y de los recursos económicos que reciba, además de factores organizacionales y de gestión comunitaria.

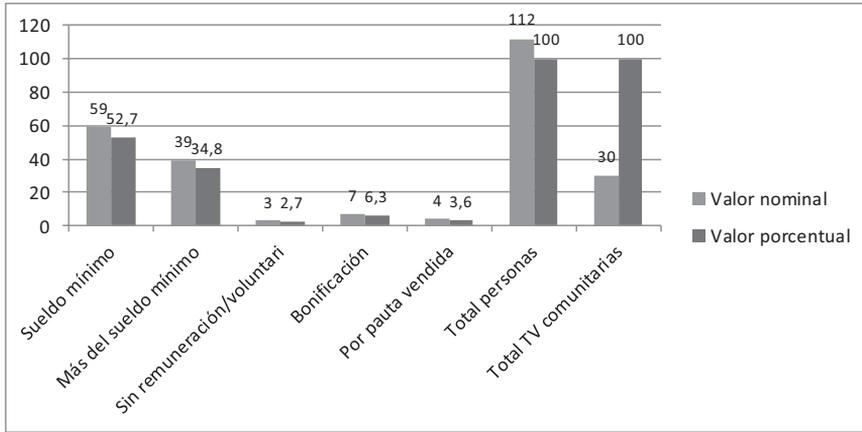
Ilustración 26. Formación del personal



Fuente: elaboración propia. N= 112 trabajadores directos y estables en la producción de contenidos de las 30 tv comunitarias.

De las 112 personas que laboran de forma directa y estable en estos sistemas, 52 (46,6%) son “bachilleres con cursos/diplomados, experiencia en periodismo”, 46 (41,1%) “con estudios universitarios y/o tecnológicos en periodismo” y 14 (12,5%) “con estudios técnicos/tecnológicos o universitarios en otras carreras”. De estos datos se deduce que el personal técnico, tecnológico y universitario del periodismo y de otras carreras se está vinculando a la producción de la tv comunitaria (los dos suman el 53,6%). Sigue existiendo, no obstante, un porcentaje significativo de personas con bachillerato, cursos y experiencia en periodismo.

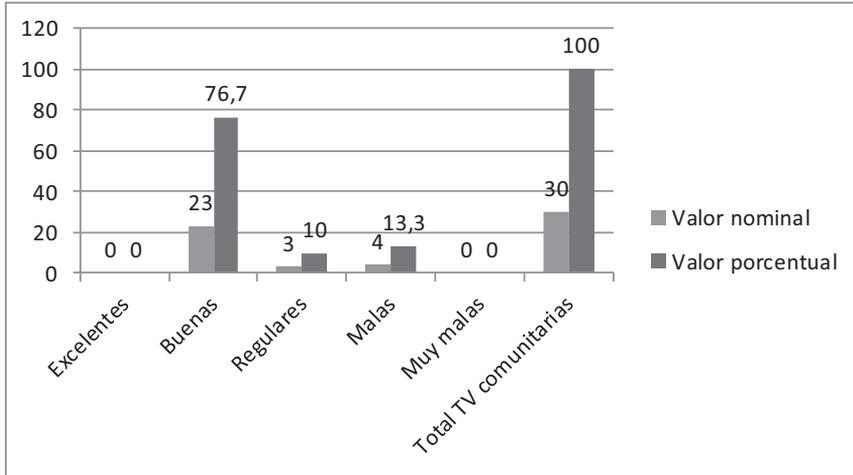
Ilustración 27. Remuneración del personal



Fuente: elaboración propia. N= 30 tv comunitarias que cuentan con 112 trabajadores directos y estables en la producción de contenidos.

De los 112 trabajadores, 59 (52,7%) reciben un salario mínimo con todas las prestaciones de ley (un poco más de 560.000 pesos colombianos), 39 (34,8%) se les paga más del salario mínimo sin que sea superior a dos mínimos legales vigentes, 3 (2,7%) no cuentan con salario porque su actividad es voluntaria, 7 (6,3%) solo obtienen bonificaciones –inferiores a un salario mínimo– por el trabajo realizado, 4 (6,3%) reciben paga por la publicidad que ellos mismos vendan en el comercio o las instituciones locales. De esta información se infiere que 98 trabajadores (87,5%) reciben un sueldo con las prestaciones de ley, y ello es posible a que el sistema cerrado de TV comunitaria (los abonados pagan por verla) asegura unos recursos económicos cada mes para el mejoramiento de la infraestructura, compra de equipos y, desde luego, para el pago de la plantilla de personal.

Ilustración 28. Tipo de relación con la CNTV



Fuente: elaboración propia. N= 30 tv comunitarias.

23 (76,7%) de las tv comunitarias consultadas señalan que las relaciones con la Comisión Nacional de Televisión son “buenas”. Sin embargo, cuando se les preguntó “justifique su respuesta”, indicaron que son así porque ellos cumplen con lo dispuesto por las leyes de televisión y, fundamentalmente, por el Acuerdo 009 de 2006. Tres de estos sistemas (10%), afirman que son “regulares” y cuatro (13,3%) que son “muy malas” y argumentan que la Comisión mantiene una relación distante, más policiva que de apoyo al trabajo de producción. Estas respuestas tienen validez en tanto que en la *ilustración 23 “dificultades para la producción propia de contenidos”*, los representantes de estos canales sostienen que una de las principales dificultades estriba en la falta de apoyo de la CNTV (23 (16,7%) de las 138 respuestas múltiples emitidas).

6.2.3 El modelo brasileño⁹⁵

La televisión comunitaria en el Brasil tiene una rica tradición que co-

⁹⁵ Antes de hablar acerca de la televisión comunitaria, es preciso señalar que la televisión es el medio hegemónico en el Brasil, pues cubre más del 98% del territorio nacional. La Rede Globo es la cadena que mantiene el monopolio de la audiencia del país, aunque cadenas como SBT y Record van erosionando la supremacía de Globo (Capparelli & Dos Santos, 2002: 66 y 113), y a ese proceso también se han incorporado las televisiones comunitarias.

menzó con pequeñas manifestaciones de lo que se denominó *televisión de la calle*, *televisión de baja potencia*, *televisión local* hasta llegar al actual modelo de *TV comunitaria por cable*. Es decir, antes del surgimiento de los canales comunitarios de utilización gratuita, el sistema de televisión brasileño conoció otros tipos de televisión comunitaria. Son experiencias que en estas líneas se rescatan tanto por sus singularidades como por el papel histórico en cuanto precursoras del modelo vigente de Canal Comunitario de Televisión. En concreto, se identifican tres tipos de TV, según Cicilia M. Krohling Peruzzo (2003), para luego describir en detalle el modelo actual de TV Comunitaria por cable.

6.2.3.1 Televisiones Comunitarias en UHF

Funcionan a nivel local, transmiten por el sistema UHF (*Ultra High Frequency*) y son repetidoras simultáneas de TV educativas, de las cuales retransmiten algunos programas mediante convenio. Por eso se les suele llamar *televisiones locales educativas*. Se les permite que el 15% de la programación sea producida localmente, pero no se les autoriza la inserción de comerciales sino, sólo, de apoyos culturales.

Algunas televisiones de este tipo son *Metropolitana* (Sofocaba-sp), *tv Beira Rio* (Piracicaba-sp), *TV Buzios* (Buzios-rj), *TV Educativa de Barretos* (Barretos-sp) e *TV Guarapari* (Guarapari-es). Algunas universidades también llevan a cabo experiencias como éstas, como es el caso de la Universidad de Caxias del Sur, que en diciembre de 1994 firmó convenio con una televisión educativa del Estado de Río Grande para retransmitir su programación por el canal 47/UHF. A pesar de que tienen un enfoque educativo, en el Brasil son criticadas por no abrir amplios mecanismos de participación a la comunidad y de estar muchas veces dominadas por intereses políticos y comerciales.

En síntesis, las principales características de las televisiones comunitarias en UHF son: los programas producidos localmente son limitados a un 15% del tiempo de la programación; diversidad de patrones de actuación y de programas dependiendo de sus vínculos con el poder público local, fundaciones o universidades; gestión burocrática convencional; propiedad privada; pueden sufrir interferencias de intereses políticos partidarios o comerciales lo que compromete su línea de actuación comunitaria; retransmiten programas educativos y culturales de

televisiones abiertas (educativas); no se les permite publicidad comercial sino patrocinios en forma de apoyo cultural; la audiencia es local pero heterogénea; y los canales están constituidos legalmente.

6.2.3.2 Televisiones de baja potencia (VHF)

Estas televisiones, que transmiten por la frecuencia VHF (*Very High Frequency*) de aproximadamente 150 watts, atienden comunidades específicas, pero no están reglamentadas por la ley por lo que se consideran clandestinas. Todas ellas buscan ejercitar la libertad de expresión y criticar el sistema de concesiones de canales de televisión del país, cuya programación consideran marcada por intereses mercantiles. De igual manera, tratan de democratizar las técnicas de producción y transmisión televisiva junto a grupos populares. En síntesis, lo que pretenden es forzar cambios en la legislación de los medios de comunicación de masas en el Brasil.

Algunas experiencias de *televisiones de baja potencia* son *TV Livre* de Sofocaba, *TV Cubo*, *TV Lama* de Río de Janeiro, *TV Vento*, *TV Canaibal*, las cuales pretenden cuestionar el sistema brasileño de TV vigente.

Otros trabajos tendentes a democratizar las técnicas de producción y televisión para grupos populares son los de la Oficina de Capacitación en Comunicación Comunitaria dentro del proyecto CODAL (Comunicación para el desarrollo de América Latina), realizado en Brasil a través de la ABVP (Asociación Brasileña de Video Popular) en convenio con la *TV Sala de Espera*. Esta experiencia se llevó a cabo en Belo Horizonte, Minas Gerais.

Las principales características de este tipo de televisión son: participan del espectro televisivo de la televisión abierta; sus transmisiones son ocasionales, en rebeldía con la ley; simbolizan una protesta contra el sistema de concesión de canales de televisión y contra la inexistencia jurídica de canales de baja potencia; procuran democratizar las técnicas de producción y transmisión audiovisuales; atienden un público local de amplitud restringida a aproximadamente 1,5 kilómetros; la programación es alternativa a los canales convencionales, pudiendo ser tanto de la esfera irreverente como de la educativa y cultural; y la gestión está a cargo de grupos autónomos sin mecanismos de representación de instituciones locales.

6.2.3.3 Televisión de la calle

Son realizaciones en video producidas con la participación de la población y transmitidas en espacios públicos abiertos (plazas o calles) o cerrados (puestos de salud, guarderías infantiles, escuelas, centros comunitarios, asociaciones de barrio, sindicatos, gimnasios deportivos, hospitales, etc.) destinados a la recepción colectiva. Es una especie de TV móvil, más exactamente de video móvil, que con una video casete, un monitor de televisión, un amplificador de sonido y un micrófono incorporados a un medio de transporte exhiben producciones en video en diferentes locales públicos con el fin de promover el debate con base en lo que plantean los contenidos audiovisuales.

El proceso de producción persigue propósitos educativos con la participación activa de la gente en la creación de los mensajes. Un ejemplo es *Bem TV*, una entidad civil sin fines lucrativos que usa la comunicación como metodología educacional para promover la ciudadanía de jóvenes y adolescentes.

La *televisión de la calle* se sostiene principalmente con recursos provenientes de entidades externas que apoyan trabajos destinados al desarrollo social. Entre las experiencias más relevantes de *TV de la Calle* se encuentran: *TV Viva* (Recife-Olinda), *TV Mocaronga* (Santarém-PA), *TV Liceu* (Salvador-BA), *TV Sala de Espera* (Belo Horizonte-MG), *TV de los Trabajadores* (Río de Janeiro-RJ), *TV Tagarela* (Río de Janeiro-RJ), *TV Mangue* (Recife-PE), *TV memoria Popular* (Natal-RN), *TV Agua-92* (Río de Janeiro-RJ), *TV Mandacaru* (Teresina-PI) y *la TV Pínel* (Río de Janeiro-RJ).

Otras características de este tipo de televisión son: además de transmitirse en espacios públicos, eventualmente lo hacen en canales tradicionales de televisión educativa; la exhibición es itinerante; existe la participación popular en varias fases de la producción audiovisual; la TV de la calle está ligada y depende de entidades de corte social, aunque son autónomas en cuanto a su dirección; innova el lenguaje audiovisual en relación con la tradicional, con bastante uso del humor, música y expresiones populares; se inclina por segmentos excluidos de la población; no tiene fines comerciales sino educativos, culturales y de desarrollo comunitario local; incentiva la creatividad popular y contribuye al rescate de las identidades culturales y no precisa de concesión o permiso de un canal.

6.2.3.4 Canal comunitario de la televisión por cable

Es la televisión denominada “por suscripción” que emplea el cable como medio físico de transmisión. Esta televisión está amparada por la Ley 8.977 del 6 de enero de 1995, luego reglamentada por el Decreto-Ley 2.206 del 14 de abril de 1997 que establece la obligatoriedad de las operadoras de televisión por cable, beneficiarias de la concesión de canales para disponer de seis canales básicos de utilización gratuita en su área de prestación de servicios, en el mismo sentido de los canales de acceso público como son denominados en los Estados Unidos.

El artículo 23 de dicha ley establece que de los seis canales disponibles tres sean canales legislativos, destinados al Senado Federal, Cámara de los Diputados y Asambleas Legislativas/Cámaras de los Concejales. Un canal universitario para uso compartido por las universidades ubicadas en el área de prestación del servicio, uno educativo cultural reservado para uso de los órganos que tratan el tema educativo y cultural del gobierno federal, gobiernos estatales y municipales y uno comunitario abierto para utilización libre por entidades no gubernamentales y sin ánimo de lucro (Peruzzo, 2003).

Esos canales representan un avance en el ánimo democratizador de los medios de comunicación de masas de Brasil. Los canales gratuitos se institucionalizan a medida que transcurren las negociaciones entre varias fuerzas que controlan los medios de comunicación de masas (gobierno y empresas de comunicación, parlamentos y entidades de la sociedad civil, entre ellas el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación).

Los canales comunitarios comenzaron a emitir en 1996, o sea, un año después de promulgarse la Ley que reglamentó las televisiones por cable con canales de servicio público. Esto se debió a que la ley se anticipó a las verdaderas condiciones en que se hallaban los medios del tercer sector, es decir, estos medios —entre ellos los comunitarios— no tenían las condiciones económicas y financieras para operar un canal de televisión. Los canales, no obstante, han seguido emitiendo para no perder la oportunidad de ocupar un espacio televisivo al que normalmente sí tienen acceso los grandes empresarios y el mismo Estado.

Tres estados brasileños se disputan la figuración de ser los primeros en poner un canal comunitario al aire. Estos son: Río Grande del Sur

con *El canal comunitario* cuya primera emisión se produjo en agosto de 1996 por el canal 14 del NET Sur (grupo globo); el segundo fue la *TV Comunitaria de Río de Janeiro* en octubre de 1996, transmitido por el canal 41 de la NET/Cable Río; y el tercero, el *Canal Comunitario de Sao Pablo* que salió al aire en noviembre de 1997 por los canales 14 de multicanal, 14 de la NET y el 72 de la TVA.

Los canales comunitarios de la televisión por cable se diferencian totalmente de las tres experiencias antes mencionadas. Las principales características de los canales comunitarios de la televisión por cable son las siguientes: (1) son canales televisivos y tienen el potencial de ingresar en la casa de los suscriptores de las televisiones por cable; (2) su operación está garantizada por la ley; (3) los canales son estructurados y gerenciados por asociaciones de usuarios formalmente constituidas y regidas por estatuto y reglamento propios; (4) son espacios de acceso gratuito, destinados a todas las entidades no gubernamentales y sin ánimo de lucro, sin la tutela del Estado o de los grandes medios; (5) el espacio de programación, planeación y gestión es abierto; (6) el espacio de la gran programación es ocupado por un conjunto de entidades, dividido entre las asociadas que quieran transmitir sus programas; (7) su gestión es colectiva con mandato temporal; (8) la propiedad es de naturaleza privada; (9) las entidades participantes son ampliamente diferenciadas entre sí, teniendo en común el hecho de ser no gubernamentales sin ánimo de lucro; (10) la programación es pluralista y ecléctica; el conjunto de la programación tiene como objetivo central contribuir a la educación, cultura y desarrollo comunitario; (11) buscan el autosostenimiento financiero mediante contribuciones de las entidades asociadas, patrocinios y, eventualmente, por la prestación de servicios; (12) están volcadas a una audiencia amplia y heterogénea; (13) son medios para canalizar la expresión de los resultados de la movilización de las personas en el ejercicio de la ciudadanía; (14) democratizan los medios en el Brasil y no tienen intereses comerciales.

6.2.4 El modelo venezolano

La radiodifusión sonora y la televisión abierta comunitarias de servicio público sin ánimo de lucro en Venezuela, se reglamenta por medio del

Decreto 1.521 del 3 de noviembre de 2001. Esta norma autoriza a las fundaciones comunitarias a que presten el servicio de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitaria, siempre que garanticen la comunicación libre y plural de las comunidades y coadyuven a la solución de la problemática de la comunidad.

Las fundaciones comunitarias interesadas deben presentar la solicitud a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL⁹⁶), entidad que en un plazo de dos meses define la conveniencia del proyecto para luego ser pasado al despacho del Ministro de Infraestructura, quien dentro de un mes más da la respuesta definitiva, esto es, si habilita o no a este tipo de organizaciones a prestar el servicio de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias.

Para la obtención de las habilitaciones de dichos servicios se requiere el cumplimiento de varios requisitos, como capacidad e idoneidad legal del solicitante para la realización de la actividad, carácter de fundación comunitaria, carácter democrático, participativo y plural del proyecto, viabilidad económica y técnica y sostenibilidad de la iniciativa, disponibilidad del espectro radioeléctrico y perfil social del proyecto.

Las habilitaciones avaladas no pueden cederse, gravarse o enajenarse por ningún título, ni se admite la realización de actos que impliquen el desprendimiento total o parcial de su control. El patrimonio de las fundaciones comunitarias debe estar constituido por aportes, donaciones o subvenciones, y los ingresos obtenidos deberán ser destinados a garantizar el funcionamiento y mantenimiento de las redes de telecomunicaciones, la continuidad en la prestación del servicio y la realización del objeto para el cual fue constituida la fundación comunitaria. Esta última debe prever mecanismos democráticos, participativos y plurales, tanto para la elección como para el ejercicio de las funciones de las autoridades u órganos de dirección, administración y control.

Sin embargo, las personas que deseen pertenecer a estos órganos no pueden ser funcionarios públicos que ostenten cargos de alto nivel, militares activos, dirigentes de partidos políticos o grupos de electores, dirigentes o representantes de gremios o cámaras, operadores de servicios

96 CONATEL ve el futuro de la televisión venezolana, incluida la televisión comunitaria, bajo el prisma de la televisión digital. La demanda para este nuevo servicio será, según calcula CONATEL (2001), de un 98% de los televisores existentes en Venezuela (Bisbal, 2002: 283).

de radiodifusión sonora y televisión abierta, los sacerdotes, ministros ordenados o representantes de iglesias de cualquier credo.

En cuanto a la programación, ésta debe garantizar contenidos educativos, culturales e informativos que beneficien el desarrollo de la comunidad, así como coadyuvar en la solución de la problemática social; disponer de espacios que aseguren la participación directa de los miembros de la comunidad, a fin de garantizar el derecho de las personas a la comunicación libre y plural; garantizar el respeto de los valores éticos de la familia y la sociedad venezolana y evitar la discriminación por razones de creencias políticas, edad, rasgos fenotípicos externos⁹⁷, sexo/género, credo, condición social; y abstenerse de transmitir mensajes partidistas o proselitistas.

Los operadores comunitarios deberán destinar como mínimo el setenta por ciento (70%) de su periodo de emisión diaria a producción comunitaria. Y podrán transmitir publicidad comercial de pequeñas y grandes empresas domiciliadas en la localidad donde se presta el servicio, así como promocionar bienes y servicios que ofrezcan las personas naturales miembros de la comunidad, y de otras industrias y personas naturales fuera del ámbito de difusión del medio siempre que no excedan el cincuenta por ciento (50%) del tiempo de transmisión establecido. En ningún caso el tiempo total de publicidad podrá exceder de cinco minutos en una hora de emisión.

97 Preferimos utilizar la expresión “rasgos fenotípicos externos” en lugar de la palabra “raza”, porque aquella alude con mayor precisión a las características o rasgos físicos y conductuales de un organismo, como el ser humano. En nuestro caso, los rasgos fenotípicos hacen referencia, fundamentalmente, a las manifestaciones físicas de los genes (pelo, piel, ojos, forma de la cara, etc.) y no a las de las conductas, porque –a nuestro juicio y coincidiendo con las teorías de los especialistas– estas últimas pueden ser las mismas o similares en cualquier hombre (blanco, negro, mulato, indio), independientemente de su físico. Un fenotipo se define como la expresión del genotipo o el contenido genético de un individuo, en forma de ADN (Britannica, 2007). En cambio, la palabra “raza” nos resulta inadecuada para este estudio, debido a que su origen obedece, por una parte, a una construcción netamente social con la que se intenta dividir a las poblaciones en razón de su capacidad, color de piel, rasgos faciales, etc. y, por otra, a una estrategia para justificar el dominio económico, político y cultural de unas poblaciones sobre otras, como lo hizo Europa en África y América con respecto a la esclavización de africanos, e indígenas amerindios. En síntesis, la expresión “raza”, como la hemos definido, nos resulta imprecisa, arbitraria, derivada de las costumbres, y no tiene en cuenta muchas de las excepciones, gradaciones y particularidades de cada cultura.

6.2.5 El modelo argentino

A pesar de que el avance de la televisión argentina está ligado a la incursión del trabajo comunitario en la radiodifusión, la Ley 22.285 sancionada en 1980 por el gobierno de facto, y aún vigente en el año 2000, excluye a las cooperativas y organizaciones civiles a prestar el servicio de televisión.

En los años 70 cuando la señal no llegaba a sitios recónditos o a poblaciones de pocos habitantes, la gente se agrupó para instalar antenas comunitarias que permitieran la recepción de la señal originada en las principales ciudades y redistribuirla localmente, primero a través de una frecuencia de aire y posteriormente a través de primitivas redes de cable coaxial, dando así inicio a la tv por cable⁹⁸. Esta propuesta se originó en pequeñas poblaciones de la provincia de Córdoba, lo cual coadyuvó a que los habitantes de las pequeñas ciudades estuvieran a la par con las grandes urbes en cuanto a la recepción de la señal de televisión.

En vista de que la ley desconocía el esfuerzo de las cooperativas, éstas optaron por transformarse en sociedades comerciales a fin de obtener licencias y de esta manera ceñirse a cierta legalidad. Luego, con el desarrollo de los satélites se dio un fuerte impulso a la tecnología del sistema de cable, lo cual redundó en que localidades de poca concentración demográfica accedieran a variados canales.

En los años 90 Argentina se incorpora al ambiente globalizador e inicia un proceso de desregulación de las telecomunicaciones, generando así las condiciones para que grandes empresarios y conglomerados ofrezcan los servicios de televisión tanto a grandes como a pequeñas ciudades. Esta situación en vez de amedrentar a las cooperativas y pequeños empresarios, sirvió para que éstos mismos respondieran asumiendo un papel protagónico, activo y unificado. Comenzaron a unirse cooperativas sin distinciones, creando la Cámara Argentina de Cooperativas, Mutuales y Prestadores Comunitarios de Radiodifusión (CARCO) que desde el 31 de octubre de 1996 comenzó formalmente a representar y defender

98 Argentina es uno de Latinoamérica donde el cable tiene mayor alcance y es, además, una de las naciones más cableadas en el mundo. En Argentina en 1999, del total de los hogares poseedores de televisión, el 52% estaba abonado a algún cable. Sin embargo, el crecimiento de esta industria está en peligro e, incluso, se habla de una drástica reducción en el número de abonados, debido al desempleo y a la inflación provocada por la devaluación (Mazziotti, 2002: 24 y 58).

los intereses comunes. Como se deduce de las experiencias comunales de Argentina, la televisión comunitaria está ligada fundamentalmente a la creación de empresas encargadas de distribuir la señal de televisión a municipios que cuentan con pocos habitantes y poco énfasis se le da a la producción y realización de medios comunitarios.

En este orden de ideas, la Cooperativa Limitada de Provisión y Comercialización para Servicios Comunitarios de Radiodifusión (COLSECOR) es una de las que se encarga de organizar, contratar y transportar programación, generar contenidos y operar circuitos de radiodifusión comunitaria. Nació en 1995 de la integración de 13 cooperativas de la provincia de Córdoba y desde ese momento hasta ahora ha agrupado a 110 cooperativas y pequeñas y medianas empresas asociadas, distribuidas en 12 provincias argentinas. Es la única red de esencia comunitaria y auténticamente independiente de los grandes operadores que asiste a las pequeñas y medianas localidades (Tréspidi, 2001). Las cooperativas y pequeñas y medianas empresas (pymes) asociadas a Colsecor transmiten grillas de programación nacional e internacional, contratadas unitariamente, las cuales llegan a sumar 83 señales. Sus costos son adecuados, gracias a las economías de escala alcanzadas en la compra.

Argentina no cuenta, pues, con una legislación que reconozca y fomente la apropiación de un medio de comunicación por parte de la comunidad para la producción de contenidos propios y próximos. Si no autoriza a cooperativas a prestar el servicio de radiotelevisión, mucho menos procura que las comunidades organizadas se expresen empleando la televisión. Sin embargo, la experiencia de Colsecor, y de televisiones comunitarias clandestinas como *La Comunitaria TV*, alimenta la esperanza de que a futuro los medios del tercer sector tengan su justo reconocimiento y apoyo. En el caso de *La Comunitaria TV*, ésta surgió como necesidad de poseer un medio alternativo de comunicación barrial que construya un espacio participativo entre los vecinos y vecinas del barrio y las organizaciones sociales de Claypole. Este espacio se encuentra abierto para que la comunidad se integre a él y difunda sus problemas cotidianos, sus anhelos, sus esperanzas y haga valer el derecho humano básico: la comunicación entendida como acceso y participación social en los medios (Colectivo de prensa “Abriendo Caminos”, 2005). La programación contiene distintos bloques fijos tales como cocina básica eco-

nómica, difusión de los talleres solidarios de las distintas organizaciones sociales, los cortos publicitarios gratuitos a vecinos de la comunidad, y la transmisión en vivo de recitales de músicos del barrio y de otras actividades culturales de la zona.

6.2.6 Medios comunitarios en otros países de Latinoamérica

Las experiencias más significativas en medios comunitarios se concentran en El Salvador y Guatemala, países que poseen un fructífero trabajo con radios comunitarias. En Guatemala existen más de 160 emisoras comunitarias censadas y representadas en cinco asociaciones constituidas en el Consejo Guatemalteco de Comunicación Comunitaria, que cuentan con el apoyo de entidades radiofónicas del orden mundial, agencias de cooperación internacional y ONG (Chaparro, 2002: 103).

En Guatemala se ha estado impulsando un proyecto para reglamentar a los medios comunitarios, pero esa iniciativa tiene la oposición de los gobiernos y de la oligarquía de esa nación. A pesar de ello los medios de la comunidad, especialmente la radio, han contribuido a reivindicar el mundo maya.

En el Salvador, las radios comunitarias han tenido un papel protagonista. Algunas de ellas tienen cobertura nacional y cuentan con una vasta audiencia en todo el territorio nacional. Sin embargo, la imposibilidad de conquistar a corto plazo un marco regulador para las emisoras comunitarias, hizo que la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS) acabara aceptando que la única opción para disponer de una frecuencia para las radios comunitarias fuera su compra. En materia de televisión comunitaria, se encuentra la Televisión Municipal Comunitaria Participativa del municipio de Suchitoto -TMCP-, la cual busca promover la participación juvenil en los procesos de desarrollo municipal a través del video. El proyecto inició sus actividades el 12 de junio de 2004 con la capacitación de 32 jóvenes en técnicas de producción audiovisual. Cada grupo zonal produce mensualmente un video de entre uno y tres minutos de duración. Estas producciones son transmitidas por televisión, y a través de la página web en la que se invita a proponer ideas y problemáticas para ser abordadas y difundidas en futuros videos (Ishitani, 2005).

En el Estado de Chiapas (México⁹⁹), existen trabajos con video en los que participan directamente las personas de esa región, al igual que tv Serrana de Cuba. Claro que en Cuba se cuenta con una amplia y profesional experiencia de televisión educativa, más que en televisión comunitaria, situación que fue corroborada por el autor de esta obra en sus visitas a la isla en los años 1999, 2000 y 2004.

En Chile¹⁰⁰, se encuentra la Red Nacional de Video Popular y Televisión Comunitaria. Es una asociación de grupos comunitarios de base dedicada a la producción y realización audiovisual independientes. Se constituyó en octubre de 1994 para dar respuesta a la necesidad de amplios sectores sociales, en especial del mundo popular, de buscar y desarrollar sus propias formas de comunicación para expresar sus problemas, demandas y sueños (Alejandría, 2006). También existe el *Canal Comunitario Señal 3 de la población de La Victoria* (población chilena), medio que nació en 1997, autogestionado, con una malla programática múltiple y con un radio de transmisión de 9 km que le permite llegar a 350.000 hogares y 850.000 personas (Gaudichaud y Gajardo, 2007).

En Bolivia, la desregulación de la industria de las telecomunicaciones ha facilitado la ampliación de la televisión comercial, en detrimento de la TV comunitaria a la que todavía se le niega su reconocimiento por medio de una legislación apropiada.

En Uruguay, el 25 de noviembre de 2006 se puso por primera vez al aire una señal de televisión comunitaria. Se trata del Canal 2, el cual surge como síntesis del trabajo que desde hace más de ocho años un grupo de vecinos organizados vienen desarrollando en el barrio de Villa Colón con la radio comunitaria LaVoZ FM 88.7 y el proyecto de Centro Social. Según sus fundadores, uno de los objetivos de Canal 2 es crear “un espacio de comunicación donde se genere material que contenga nues-

99 En México no abundan casos de televisiones comunitarias. En ese país, según Guillermo Orozco (2002: 233), la televisión juega un papel político muy importante, especialmente las cadenas Televisa y Televisión Azteca. Ambas han acumulado tanto poder que han pasado de ser un mero vehículo de la política mexicana, un escenario “donde se gana o se pierde el poder”, a ser un protagonista más de ella.

100 En Chile no existe como tal la televisión comunitaria. Según Fuenzalida (2002: 185), “con la mayor apertura de las concesiones de canales de tv, la tv Abierta chilena se encuentra en un nuevo escenario hacia fines de los noventa, donde coexisten desde el punto de vista de la propiedad: canales universitarios, del Estado, y privados. Esos mismos canales, según la cobertura, pueden ser nacionales, canales regionales, y canales locales”.

tro análisis de la realidad en que vivimos y que tantas veces es excluido o intencionalmente mal interpretado en los medios de comunicación comerciales” (Indymedia, 2007).

Recientemente se ha dado a conocer el proyecto de cooperación solidaria denominado *Noticiero internacional de barrio: otra forma de mirar y contar*, en el que participan organizaciones de América Latina y Europa, cuyo eje es la comunicación. Esta iniciativa ve a la comunicación no de manera instrumental sino como un proceso esencial de la organización de la sociedad. Actualmente forma a vecinos y vecinas de barrios populares de Bolivia, Venezuela, Colombia, Brasil, Bélgica y España, en nociones básicas del lenguaje audiovisual, para que se conviertan en sujetos activos de la comunicación mediática mediante la producción de documentales (Chocarro, 2006: 21 y 22). Estas obras audiovisuales luego se unen en un programa de televisión: el Noticiero Internacional de Barrio, el cual es transmitido en todo el mundo.

El 17 de julio de 2009 fue inaugurado y presentado el primer canal de televisión comunitario de Ecuador, denominado TV MICC 47. Esta nueva experiencia es liderada por el Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi, MICC, con el propósito de “iniciar un cambio en el espacio de los medios de comunicación, con una orientación diferente y propia de las nacionalidades y pueblos” (El país, 2009).

6.3 El modelo europeo de televisión comunitaria

Los medios de comunicación públicos aún gozan de la protección de algunos países europeos; sin embargo, la importancia que a éstos otorgan desde la perspectiva democrática y participativa depende de la conciencia social de los gobiernos.

Manuel Chaparro (2002: 81) asegura que Europa se debate entre dos modelos. Uno, en el que predomina el *laissez faire*, es decir, en el que se autoriza la existencia de los medios comunitarios, como la televisión, pero su sostenimiento se deja al arbitrio del mercado y, el otro, en el que se destinan fondos significativos para el mantenimiento y desarrollo de experiencias de medios de comunicación de la comunidad.

6.3.1 El modelo holandés

Holanda es otro de los países que se ha interesado por la regulación de los medios de comunicación comunitarios. En su territorio hace presencia la *Organisatie van Lokale Omroepen Nederland* (OLON), entidad que agrupa a emisoras de radio y televisión y subvenciona a seis canales que ofrecen los servicios de radiotelevisión de carácter local y comunitario. OLON, que surgió en 1974 por iniciativa gubernamental, agrupa a 376 emisoras de comunidades, de las cuales unas 100 brindan el servicio conjunto de radio y televisión y otras 100 hacen lo propio con los servicios de teletexto y prensa online.

Estas emisoras llegan a cerca de 14 millones de habitantes de los 15 millones con que cuenta el país. Emplean a 500 personas y tienen la participación de 20.000 voluntarios. En el caso concreto de la televisión, en Holanda se obliga a los operadores de cable –cuyo cubrimiento alcanza al 99% de los hogares– a entregar canales para el manejo de la comunidad, lo cual le ha permitido consolidar un gran número de emisoras de televisión de carácter local-comunitario. Aunque el servicio de televisión también se puede ofrecer por ondas hertzianas, como quedó contemplado en 1988.

Los logros que ha tenido Holanda en la consolidación de los medios comunitarios se deben al trabajo de promoción realizado por OLON y por las políticas aperturistas de los gobiernos holandeses. OLON presionó para que se aprobara la Ley de Medios de Comunicación (*Media Act*), con la cual se garantiza el sostenimiento de los medios comunitarios con fondos públicos.

El modelo holandés estipula que sólo las organizaciones sin ánimo de lucro pueden emitir localmente. Aunque la ley permite que los programas tengan una cobertura municipal, en algunos casos esos espacios pueden ser recibidos en varios municipios. En términos de veeduría y control ciudadano a la programación, “la ley holandesa obliga, además, a la creación de un organismo de participación comunitario, compuesto por representantes de los diferentes sectores sociales, culturales, políticos y religiosos, encargado de establecer y supervisar las líneas generales de programación” (Chaparro, 2002: 86).

En Holanda, los medios de comunicación comunitarios no sólo es-

tán circunscritos a radio, sino que las comunidades organizadas pueden incursionar en la televisión por cable o irradiada por ondas hertzianas, la prensa online y el teletexto y en otras tecnologías, siempre que estén al alcance de estos colectivos.

Los datos de audiencia revelan que más de un 80% de los ciudadanos sintoniza estos canales y que su audiencia acumulada diaria es del 12%. Cabe recalcar, sin embargo, que estos medios de comunicación son más populares en las poblaciones de menor número de habitantes, dado que los contenidos de los canales generalistas no reflejan los intereses y expectativas de los moradores de los municipios pequeños. El sostenimiento de estos medios es posible con los subsidios que otorgan los gobiernos locales, además del euro anual que los ayuntamientos están autorizados a cobrar por cada abonado a las redes de cables.

Holanda constituye un modelo exitoso de medios de la comunidad por enfatizar el ámbito conceptual (el compromiso para que los colectivos se expresen libremente) y en el ámbito económico (mayor garantía para asegurar su sostenimiento).

6.3.2 El modelo belga

En Bélgica se ha desarrollado un modelo de televisión comunitaria de tipo mixto público-asociativo, que ha sido ejemplo en Europa por su carácter participativo. Al comienzo estos canales se organizaron en forma de red en torno a *Videotrame*, una institución encargada del intercambio de programas y la coproducción. A partir de 1976 y gracias al estímulo gubernamental, el país posee 12 canales definidos como de acceso para los colectivos sociales, agrupados en la *Fédération des Télévisions Locales*.

El modelo de televisión belga tiene como antecedente el ejemplo de la comunidad de Quebec, así como del Grupo de Reflexión sobre el Audiovisual, dedicado a estudiar las posibilidades de desarrollo de la comunidad francófona. Los estudios desembocaron “en la subvención de proyectos de televisión comunitarios inspirados desde las premisas básicas de pertenecer a una organización sin ánimo de lucro, tener producción propia y no emitir publicidad” (Chaparro, 2002: 118).

En 1987 el marco legal que sustentaba a las televisiones comunitarias belgas sufrió algunas transformaciones, que le permitieron asegurar

su papel relevante como medios de información de proximidad. A estos medios se les obliga a tener como objetivos la información, el desarrollo local y la formación, y una producción propia de un tercio del total de las horas emitidas; deben crear un comité de programación y tener un periodista profesional de planta responsable de la información difundida. Estas emisoras de televisión se sostienen con la ayuda pública de la *Communauté Française*, los poderes locales y la publicidad. Los fondos públicos provienen del gobierno de la comunidad francófona, de los municipios y las provincias y del Fondo de Ayuda Interdepartamental para el Empleo. La comunidad flamenca tiene su propio modelo de televisión, pero tiene serias limitaciones económicas debido a que se sostiene por concepto de ingresos publicitarios, lo cual condiciona la calidad de su programación.

6.3.3 El modelo alemán

Alemania tiene experiencias en la promoción y desarrollo de los medios comunitarios, aun cuando no de forma tan significativa como Holanda y Bélgica. Esta situación se debe, en parte, a que no tiene un alto porcentaje de implantación del sistema de cable, lo cual reduce las posibilidades de recepción de canales ciudadanos y comunitarios.

No obstante, se presume que Alemania posee 34 canales de iniciativas de la comunidad, distribuidos en ocho regiones (*länder*). El sistema que ofrece consiste en el proyecto denominado de canales abiertos (*Offener Kanal*), en el que se transmiten programas realizados por actores que trabajan a título individual o respondiendo a la inquietud de los colectivos locales. Según Kleinsteuber y Thomas (1999), citado por Chaparro (2002: 117):

Actualmente, 12 de las 16 regiones (*länder*) han previsto normativas para permitir la participación de la sociedad civil en estos medios, donde el objetivo es propiciar el desarrollo de la libertad de expresión. Las expectativas creadas en torno a las posibilidades de estos canales se han visto defraudadas; la participación es escasa, la mitad de los hogares con opciones de recibir un canal abierto no lo hace nunca y sólo entre el 1 y 2% lo hace regularmente.

La experiencia alemana más notoria en TV de la comunidad es la *Offener Kanal Berlin*, que inició emisiones en 1985 en una fábrica del

barrio de *Wedding*. El edificio donde funciona este medio de comunicación es vecino de las instalaciones donde funciona la *Deutsche Welle* y *Reuter Television*, y del sector donde se produjo la caída del Muro de Berlín.

El 30% de los contenidos televisivos se emite en lengua extranjera, debido a que los usuarios del canal provienen de 30 países diferentes (la mayoría turcos). En el canal permanecen 15 técnicos especialistas quienes cumplen la misión de capacitar y entrenar a los usuarios para que produzcan sus propios programas, a los que se les garantiza los derechos de autor y la responsabilidad personal sobre los contenidos transmitidos. La franja de emisión de los espacios va desde las 16 a las 24 horas (84 horas a la semana). La *Offener Kanal* se financia del canon por hogar que ayuda a sufragar el sistema público de radio y televisión. A pesar de este experimento positivo, en Alemania crece la sensación de que estos canales tienen poco impacto a causa de que sus audiencias son residuales.

Según Chaparro (2002: 117), desde 1997 hay en el norte de Alemania una iniciativa en la que cooperan canales abiertos –Bremen, Bremenhaven, Hannover, Oldenburg, Rostock, Berlín, Hamburgo...-, que intercambian producciones con interés regional. Alemania fue sede en 1997 de la IV Convención de Canales Abiertos, evento en el que se acordó la creación de la Coalición Europea para el Desarrollo de los Medios de Comunicación Ciudadanos, cuyo objetivo primordial es estimular la democratización de los medios y la promoción de iniciativas europeas que incorporen medios de comunicación comunitarios.

6.3.4 El modelo sueco

Suecia fundamenta su sistema emisor sobre el reconocimiento de los medios de base y el derecho de la sociedad a organizarse y gestionar radios y televisiones de carácter local-comunitario. La televisión alternativa en Suecia se presta a través de los operadores de cable y es producida y realizada por cualquier organización civil interesada en este canal de expresión.

Las primeras experiencias de la televisión participativa datan de 1977 y la Ley de Cable que aprobó los canales abiertos se promulgó en 1985, aunque la norma no garantiza la financiación, ni el acceso a las

inversiones necesarias para hacerlos operativos. Ha habido propuestas tendentes a lograr subvenciones provenientes del canon de los medios públicos audiovisuales, pero no se han concretado. Recientemente, se ha conseguido un compromiso de financiación con el gobierno por un importe de 200.000 euros. Los tres principales canales abiertos son Estocolmo, Malmö y Gotemburgo y están conectados entre sí, alcanzando una audiencia potencial de 13 millones de espectadores (Mobius, 2002, Arvidson y Bernat, 1999, citados por Chaparro, 2002: 117).

6.3.5 El modelo danés

En Dinamarca los movimientos civiles y comunidades organizadas sin ánimo de lucro pueden disponer de emisoras de televisión. Los canales no pueden emitir publicidad, por tanto, se sostienen de fondos propios y principalmente de la ayuda pública. En un convenio firmado entre el gobierno y las emisoras de radio y televisión asociativas se logró que el primero distribuyera anualmente 50 millones de coronas (68% a las televisiones), además de otros diez millones de coronas para subvencionar televisiones experimentales locales y proyectos educativos de escuelas con los medios de comunicación. Actualmente, 41 televisiones asociativas reciben fondos en función de sus coberturas y presupuesto.

6.3.6 El modelo francés

El *Conseil Supérieur Audiovisuel* (CSA) es la autoridad audiovisual francesa que le apuesta al mantenimiento del concepto de servicio público en la radio y la televisión. Este organismo tiene como funciones imponer estándares de calidad a los medios públicos y privados y no entrega licencias si el medio de comunicación no demuestra coherencia en la programación y autosuficiencia financiera que le evite caer en manos de un conglomerado de medios de comunicación.

Como afirma Manuel Chaparro (2002: 83) “esta es la razón de que existan pocas emisoras comerciales locales de televisión por ondas herztianas, el CSA las considera poco viables”. Sólo a partir de 1992 con la incursión del cable han aparecido numerosas experiencias de televisión en la modalidad de *Open TV*, algunas de ellas amparadas por los municipios. Pero es con las *Telès Libres* con las que la CSA tiene el desafío de re-

gular el espectro electromagnético a estas emisoras de televisión de tipo asociativo. Quienes apoyan estos proyectos han consultado al gobierno francés para definir un mapa de frecuencias para las televisiones ciudadanas o de proximidad y un plan de subsidios económicos parecidos a los que se otorgan a las radios asociativas, mediante el fondo de *soutien*.

En el año 2000, gracias a las presiones de los movimientos sociales, las televisiones asociativas fueron legalizadas mediante la Ley sobre la Comunicación Audiovisual o Ley *Trautmann*. Esta ley estipula que la cobertura de estos medios audiovisuales puede trascender lo local, es decir, pueden llegar a tener una cobertura regional o nacional, y confiere a la CSA la discrecionalidad para autorizarles emisiones a través del satélite, cable, ondas hertzianas analógicas o digitales. Para la tv hertziana, el CSA convocará a licitación a los interesados y procederá a la selección de las mejores ofertas. Este mismo organismo también tiene que velar porque se cumpla el espíritu de la Ley *Trautmann*, es decir, que cumplan una misión de comunicación social de proximidad, entendiendo ésta como el intercambio entre los grupos sociales y culturales, la expresión de los diferentes actores socioculturales, el sostenimiento del desarrollo local, la protección del medio ambiente o la lucha contra la exclusión.

En total el movimiento de *Telès Libres* cuenta con 24 televisiones asociativas. Todas ellas han solicitado al gobierno que cumpla la Ley *Trautmann*, en la cual se establece la creación de un fondo de financiación para la tv privada no comercial, que reciba recursos de las televisiones públicas y privadas, de las empresas audiovisuales y de los operadores de telefonía móvil.

La televisión bandera del movimiento de las *Telès Libres* es Zalea tv, la Televisión para la Libertad de Expresión Audiovisual, que emite por ondas hertzianas en París Île-de-France y distribuye contenidos por cable satélite a otras zonas del país, y se define como una televisión de programación al servicio de la ciudadanía. Sus espacios son realizados y propuestos por ciudadanos y colectivos organizados, deben cumplir las normas vigentes y velar por la protección a la infancia y la juventud, así como combatir el racismo, el sexismo, la homofobia y la xenofobia. La financiación de la tv local-comunitaria se hace mediante el cobro por conexión al cable, y por los contratos de publicidad los cuales se autorizaron a partir de 1992.

6.3.7 Los medios comunitarios en otros países europeos

En Gran Bretaña, Irlanda, Suiza, Italia, Austria y algunas regiones de Alemania se reconoce el derecho de las comunidades organizadas a manejar sus propios medios de comunicación, pero dichos países no tienen una política de apoyo concreta a estas iniciativas. Por lo tanto, no se puede hablar propiamente de modelos sino de potenciales proyectos comunitarios que no tienen el respaldo gubernamental suficiente en términos de legislación y subvenciones. Cabe anotar que la mayoría de las propuestas de medios de la comunidad en las naciones en mención se basan en la posesión de emisoras radiales y no tanto de estaciones de televisión.

En general, el principal condicionante que tienen es que su subsistencia depende de la arbitrariedad de los mercados, es decir, se incluyen en el paradigma del *laissez faire*, en el que los contenidos y todo el funcionamiento del medio de comunicación dependen de la publicidad contratada.

España se constituye en un caso único europeo. Según Manuel Chaparro (2002: 88) “la Ley 41/95, aprobada para favorecer las inquietudes de los actores locales, se ha convertido, por voluntad del gobierno del Partido Popular y los grandes grupos, en papel mojado”. Agrega que en Cataluña, Madrid o Andalucía se realizaron experiencias de tv local con un alto y comprometido componente de participación de la sociedad civil, pero el proceso de desregulación del sector dio al traste con ese proceso democratizador de los medios de comunicación. La tv del tercer sector en España es prácticamente insignificante; sólo se cuenta con actividades reseñables en algunos canales públicos municipales, algún modelo mixto en Cataluña y proyectos asociativo-cooperativos como los de Tele K en Madrid. Los protagonistas de estos escasos modelos se han fortalecido trabajando tres propuestas en red: el *Circuit de Televisions Locals de Catalunya*, la red Onda Local Andalucía de la Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía Radio y Televisión (OLA) y la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI). La televisión de algunas Comunidades Autónomas de España, no obstante, sí registra un desarrollo notable que se expresa tanto en contenidos como en impacto. Una de ellas es la Comunidad Autónoma del País Vasco,

donde su radio y su televisión se han esmerado por rescatar el idioma y la cultura vascos. En concreto, la televisión no sólo ha ayudado a incrementar el número de hablantes del euskera, sino también a normalizar su uso en los campos de la economía, la política, la cultura, el deporte, entre otros; además se ha convertido en un proyecto cultural y, aun más, ha servido de catalizador de la industria de la tv y el cine con el fomento de la producción de películas, cortometrajes, doblajes, series de televisión, etc. (Garitaonandía y Casado, 2007: 140 y 147).

6.4 El modelo de Oceanía de televisión comunitaria

En la literatura consultada sobre tv comunitaria en este continente figura el modelo australiano.

6.4.1 El modelo australiano

En 1993, el gobierno australiano otorgó las licencias para *Community Television* (c.t.v.). A partir de ese año, la “súper carretera” a través de cables de fibra óptica comenzó un intento de desarrollo bajo algunas calles urbanas del país (Spangaro, 1994). El desarrollo del modelo de televisión comunitaria inició con seis frecuencias de televisión otorgadas para difusión terrestre en toda Australia: las cinco redes existentes y otra que ahora pertenece a la televisión comunitaria -UHF-3 I.

Australia actualmente cuenta con gobiernos que suministran pequeñas subvenciones a iniciativas de televisión comunitaria además de la voluntad política para fortalecer a los medios en poder de las comunidades. El proyecto *Community TV* tiene reservado el canal 31 para la emisión exclusiva de este tipo de medio audiovisual, de manera que cualquier comunidad puede solicitar una frecuencia para la ctv.

Las ayudas del gobierno no son tan onerosas pero sirven para el sostenimiento de estos proyectos de televisión comunitaria, pero los grandes operadores de televisión también han correspondido a ese esfuerzo con la inclusión de contenidos locales de tv de la comunidad en sus paquetes de oferta, lo que significa un nuevo recurso económico para reforzar las estructuras del medio comunitario.

Las experiencias más relevantes en Australia se refieren a la televisión indígena y el Canal 31. Para los medios de comunicación indí-

genas, la televisión ofrece la oportunidad de concienciar a la población en general sobre la importancia de la cultura y la política de los nativos, fortalecer el diálogo sobre los problemas locales, y proporcionar vías de expresión ciudadana. El Canal 31, por su parte, ofrece una programación ecléctica (música, comedia, deportes, conocimientos locales e historias de vecindarios, entre otros espacios), que cuenta con una amplia audiencia (Rennie, 2007: 23-25).

6.5 Los medios de comunicación comunitarios en África y Asia

En África existe una significativa tradición en radios comunitarias, auspiciadas por Agencias Internacionales de Cooperación y ONG, pese a las trabas continuas que han colocado algunos gobiernos al no crear el marco jurídico que reconozca y haga viables este tipo de propuestas mediáticas. Por ello, en noviembre de 1995 se celebró en Nairobi, Kenya, un taller acerca de Medios de Comunicación Comunitarios en África Oriental y África Meridional. El grupo de expertos participante resaltó la necesidad de:

- Crear un ambiente político favorable para asegurar que las estaciones de radio tengan sus licencias y que se les permita funcionar abiertamente.
- Fomentar una conciencia acerca y a favor del trabajo de los medios de comunicación en el desarrollo.
- Programar capacitaciones para que las personas adquieran habilidades y recursos en cuanto al manejo de los medios de comunicación comunitarios.
- Crear fondos a partir de fuentes tradicionales y alternativas para subvencionar a los medios alternativos.
- Realizar una campaña a favor de los medios de comunicación comunitarios en la región.
- Destinar el equipo apropiado, con posibilidades de adaptación y asequibles, que sirva de apoyo y fortalezca el desarrollo tecnológico en África (López-Hernández, 1997: 19).

Asia, por su parte, se ha interesado en los últimos años por pro-

mover las radios y televisiones comunitarias, lo cual dio pie para que la Asociación Mundial de Radios Comunitarias de América Latina y el Caribe se planteara la realización de su octava Asamblea Mundial en Katmandú (Chaparro, 2002: 114). En los años 80 había en este continente una predilección por respaldar e incentivar lo local sobre lo comunitario, pero en la década de los 90 se ha evidenciado una revaloración de los contenidos comunitarios debido a que los locales no han respondido a las expectativas del pueblo asiático.

Aun así en dicho continente sigue predominando la producción de contenidos locales y la implementación de medidas restrictivas, para hacer frente a la producción televisiva global. Algunos países, como Kazajistán, han cedido a las presiones del mercado para crear políticas de medios de comunicación, sin tener muy en cuenta los aspectos distintivos de su cultura (Barlybaeva y Rusetmova, 2007). En Singapur, se ha venido incorporando el término “medios comunitarios” dentro del sistema nacional de televisión, proceso que ha sido lento y cauteloso, y no ha estado exento de la censura y del paternalismo del Estado debido al temor estatal por el grado de participación y libertad que este tipo de medios ofrece a los ciudadanos (Fuller, 2007: 130 y 131).

7 La televisión comunitaria y otras televisiones

La televisión comunitaria funge como una alternativa para que las comunidades hagan un uso racional y efectivo del medio de comunicación, defiendan sus intereses comunes y creen estrategias para la solución de los problemas más acuciantes. Pero como opción que aspira a tener un carácter universal, legítimo y orientado hacia el desarrollo humano, no puede dejar de relacionarse con otras televisiones que la pueden nutrir, expandir y fortalecer. La televisión comunitaria no sólo recibe la influencia de las otras televisiones, sino que está en capacidad –como se indica a través de los siguientes binomios– de mejorar otros enfoques y sistemas televisivos, como la tv de calidad, la tv digital, la tv cultural, la tv educativa y la tv alternativa.

7.1 Binomio televisión comunitaria/televisión de calidad

La televisión de calidad y la televisión comunitaria no son dos sistemas que se deban enfrentar, es decir, no se trata de conocerlas cada una en paralelo o en contraposición sino en identificar sus rasgos principales para determinar cómo se nutren e influyen para que el producto televisivo que emiten cumpla con las funciones de entretener, informar y educar, entre otras.

En este orden de ideas, la tv comunitaria debe tener como aspiración el producir y transmitir programas de calidad, entendidos como aquéllos que promueven la participación, respetan al ser humano en su dignidad, estimulan la ciudadanía y brindan información útil e imparcial. Al respecto Gumucio (2002: 15) señala que “no basta que la televisión comunitaria sea democrática, sino que además debe ser popular,

es decir, ampliamente apreciada por su calidad técnica y artística”. Y en cuanto a su calidad artística supone que “los medios comunitarios hagan un esfuerzo por ser originales y específicos. Esta especificidad se traduce en atender los diferentes temas que afectan a la comunidad, y ofrecer respuestas prácticas a las preocupaciones cotidianas de la audiencia”. Claro está que a esa aspiración pueden apuntar siempre que avancen en fortalecer las competencias expresivas en televisión, las finanzas y la administración de un canal comunitario.

La tv de calidad, por su parte, debe aprovechar el *carácter popular* de las televisiones comunitarias para que el mensaje llegue con más fuerza a una audiencia amplia y diversa. Lamentablemente, la calidad de la televisión normalmente suele concebirse como el mejoramiento de la señal técnica que va a los receptores o el aumento en el número de canales que se oferta, pero no como un servicio público, orientado hacia la educación y la cultura. También ocurre que cuando la televisión produce contenidos educativos y culturales de calidad, existe la tendencia a verla como una televisión aislada o recibida sólo por un grupo selecto.

Por eso Rafael Camacho Ordóñez (2005: 30) considera que la calidad es un instrumento con vocación mayoritaria, por lo que la tv de calidad

no puede ni debe entenderse como la diseñada para una selecta minoría, no puede ser elitista, ni puede ser una minoría la que tenga en monopolio la facultad de expedir los certificados de calidad en la televisión. Debe haber una apreciación mayoritaria de la calidad y ello se consigue con la calidad de la producción, de la realización, de los formatos y las ideas, de los guiones, de la escenografía, de los conductores/as de un programa... y, sobre todo, aplicando los principios, los valores cívicos y un código ético y profesional.

Lograr esos principios, no obstante, implica una inversión económica alta, una situación financiera estable y, aunque se cumpla con estos requisitos, renunciar a corto plazo al aumento de la audiencia y a la rentabilidad inmediata. Otros autores consideran que para que la televisión emita contenidos de calidad es prioritario que se tengan en cuenta las siguientes condiciones:

- Servir las demandas básicas del público de información, entretenimiento y ocio.

- Respetar la pluralidad de las creencias, opiniones, tradiciones étnicas, etc.
- Estimular positivamente la imaginación de los espectadores.
- Respetar la legalidad de la cultura nacional.
- Fomentar el conocimiento e intercambio de las tradiciones culturales.
- Presentar trabajos de arte (novelas, dramas, óperas, etc.) de reconocida calidad (Gutiérrez, 2000, citado por Marín, 2005: 226).

A estas condiciones debería agregarse la orientación de la tv de calidad y de la tv comunitaria en el cumplimiento de indicadores de desarrollo humano. En palabras más sencillas, en coadyuvar a la solución de los problemas de la sociedad para que las comunidades mejoren sus condiciones de vida en los ámbitos económico, político y social.

Así las cosas, un punto de confluencia entre las televisiones antes mencionadas está en la necesidad de que el sistema televisivo comience la construcción de un nuevo modelo en la era de la comunicación global, orientado al servicio público. Así lo deja entrever Carme Mayugo i Majó (2005: 92-93) al plantear un modelo sustentado en tres pilares: (1) en la incorporación de la sociedad como agente activo y decisivo en la conformación de las nuevas televisiones, lo que implica resaltar uno de los rasgos esenciales del tercer sector audiovisual (comunitario); (2) en sustituir la separación existente entre emisores y audiencias por una verdadera y más que posible interacción; y (3) en aventurarse en el campo de la educación en comunicación (EC) como espacio para el diseño de políticas y experiencias de base que contribuyan a reconstruir y reformular el sistema televisivo actual y, por encima de todo, a alfabetizar en los medios a todos los sujetos sociales sin excepción.

Estos pilares plantean lógicamente cambios en formatos y contenidos para que la programación sea amena y entretenida e, igualmente, contribuya a la formación en valores y en ciudadanía. Pensar más en la educación de la audiencia que en el aumento de la sintonía a cualquier costo y producir espacios dirigidos a mayorías y minorías, se constituyen en el primer paso para hacer del medio audiovisual una alternativa de socialización.

Esa misión no conlleva solamente el mantener verazmente infor-

mado al público, sino estimular en él la cultura cívica y su educación de manera profunda y universal. Implica igualmente extender pautas de conducta en campos como la sanidad, la prevención de accidentes, la atención a los sectores más vulnerables de la sociedad y la educación a distancia (Caffarel, 2005: 24).

La tv de calidad se expresa fundamentalmente en el manejo de la información, en entretener con dignidad, en educar en valores y en el estímulo al debate y la participación ciudadana. Reunidos estos tres campos y aprovechando el sentido popular y alternativo de las televisiones comunitarias, se cultiva un campo fértil para la consecución de indicadores de desarrollo humano.

En el orden informativo, una tv de calidad debe procurar independencia frente a los gobiernos de turno y a las presiones del mercado publicitario. Sus periodistas deben trabajar con rigor, con tiempo suficiente y recursos para informar con pluralismo. Supone, entonces, garantizar la libertad de expresión, de difusión, de informar y de ser informado, que son derechos fundamentales de los ciudadanos (Camacho, 2005: 31). Entre tanto, los programas informativos en la televisión comunitaria deben democratizar la información pública, para que diversas voces sean escuchadas.

Estimular el debate y la participación ciudadana significa que los telespectadores den su opinión y que accedan a todo el proceso de producción de formatos y contenidos, como lo sugiere el espíritu de las televisiones comunitarias o del *tercer sector*. Esto se logra mediante la democratización del medio y el acercamiento del mismo a las verdaderas necesidades y expectativas de las comunidades. En el entretenimiento, la televisión comunitaria puede aportar mediante espacios que reproduzcan la propia cultura, respetando la dignidad humana, los rasgos fenotípicos externos, orientaciones sexuales, la feminidad y las ideologías. Es más, el entretenimiento puede convertirse en un instrumento valioso para concienciar a las personas sobre campañas de prevención en salud, educación y desarrollo urbano y rural. En el orden educativo, además de pensar en la formación en valores y en ciudadanía, una televisión de este tipo puede utilizarse para el visionado didáctico de programas televisivos, el análisis crítico y creativo de sus mensajes, el conocimiento del medio en todas sus etapas de producción y emisión y la observación

de películas con fines formativos y lúdicos (Pavón, 2005: 223-224). La esencia de la tv comunitaria es precisamente esa: compartir sus contenidos con la esfera educativa y cultural, sin abandonar el entretenimiento y la información.

Algunos modelos de tv de calidad son reconocidos por especialistas en la materia y gozan de una buena acogida por audiencias nacionales e internacionales. Es el caso de la televisión japonesa NHK, la cual subraya tres líneas de acción para la consecución de la calidad: la familiaridad, la profundidad y la diversidad. Para los japoneses la calidad se constituye en un “valor que se espera que contribuya al desarrollo de la cultura, incluyendo en ello la transmisión de tradiciones, la creación de nuevas formas culturales y la promoción de actividades educativas, culturales y deportivas” (Gutiérrez, 2006).

La BBC de Londres apuesta por la cobertura informativa completa e imparcial de asuntos de interés nacional, en favorecer las manifestaciones culturales y en ofertar una programación que cree oportunidades para la educación.

En Suecia la calidad no puede reducirse a un único criterio, sino que, por un lado, el sistema en su conjunto debe esmerarse en la búsqueda y evaluación de la calidad de los programas y, por otro, debe formular y fomentar un amplio espectro de los diversos tipos de excelencia a los que los realizadores pueden aspirar.

En España se destaca el trabajo del *Consell de l'Audiovisual de Catalunya* (CAC) que basa el logro de calidad mediante el cumplimiento de indicadores como variedad programática general, diversidad informativa, pluralismo político y social, valores, audiencia –en cuantía y diversidad–, éxito de *target*, innovación en programas, géneros y formatos, saturación publicitaria, y motor de la industria audiovisual (Camacho, 2005: 30).

En Chile es relevante la labor desempeñada por la Televisión Nacional de Chile, uno de los mejores canales estatales de América Latina, cuyo director de programación es Valerio Fuenzalida.

Además de estos modelos, también se proponen enfoques y perspectivas de análisis para investigar y evaluar la calidad en televisión. Charo Gutiérrez Gea (2006) relaciona varios criterios para investigar, evaluar y medir la calidad en el medio televisivo, como son: la diversidad,

la capacidad descriptiva de un programa y la capacidad de representación de la realidad, el punto de vista del espectador y del personal del medio televisivo.

Hasta ahí y sobre el papel, muchos principios de la tv de calidad se pueden cumplir en la teoría, sin embargo, la práctica conlleva a la conclusión de que hacer este tipo de televisión es difícil porque es costosa y requiere hacer frente a políticas económicas globales en las que prima el rendimiento económico por encima del rendimiento social.

Desde este panorama, el obstáculo que se divisa en el horizonte es la competencia feroz de las televisiones comerciales que, a fuerza de costumbre, han venido imponiendo unos hábitos de recepción pasiva, una parrilla de programación en la que predomina la espectacularidad, el sensacionalismo y la intromisión irrespetuosa de la intimidad, con el fin de aumentar el número de televidentes sin importar a qué costo cultural y social se haga. Lo hacen a sabiendas de que se escudan en la “libertad de expresión”, concepto que las televisiones comerciales y privadas han estirado para justificar la emisión de contenidos que van en contra de la promoción de los valores humanos.

Su influencia también abarca el mundo educativo. En realidad este tipo de televisiones educa pero en direcciones equivocadas, buscando llenar el tiempo de ocio de las personas con programaciones banales que incentivan el consumo de productos innecesarios y cerrando espacios para la reflexión. Francisco Pavón Tabasco (2005: 222), sintetiza esa orientación supuestamente educadora en estos términos: la televisión privada crea un “modelo educativo que no es patente, no es discutido, filtrado, regulado por ninguna institución social, sancionado por nadie, sino que está únicamente determinado por la lógica del mercado, por la tiranía de las audiencias, y las encuestas no expresan lo que la gente quiere ver sino lo que la gente ve”.

La relación hombre cultura es otra de las facetas que las televisiones privadas han deformado. Al individuo se le reconoce como un potencial consumidor y, de hecho, los espacios televisivos tienden a fabricar consumidores desde tempranas edades para asegurar los dividendos económicos de las empresas fabricantes de artículos y, por ende, del sistema televisivo mediante la contratación de publicidad. Y la cultura ha sido relegada a un tercer o cuarto plano de los informativos, principalmen-

te, y ha tenido que convivir con informaciones de farándula, triviales y superficiales que desdibujan su sentido antropológico y artístico (Reig, 2005: 64).

En el orden informativo, lo que prima es la sublimación de la violencia por sí misma sin análisis y sin contexto, la connivencia con los desafueros de los políticos, la espectacularidad del entorno sexual del ser humano y la especulación como base para contar historias íntimas de la vida de los famosos. Ante este panorama los televidentes son los que pueden poner freno a los atropellos mediáticos de las televisiones privadas, a través de una recepción activa y crítica. Esta es una labor que no deja de tener sus sinsabores, pues los telespectadores no poseen las competencias suficientes para cuestionar el medio y, por ende, es cada vez más difícil concienciarlos sobre su situación de consumidores y su actitud pasiva frente a los contenidos aparentemente inofensivos como son los del género entretenimiento (Boza, 2005: 110 y 111).

Para Verónica Marín Díaz (2005: 227) la familia y los centros escolares, los poderes políticos y los responsables de las cadenas de televisión deben buscar la calidad de la televisión, pero en el actual ambiente global a los dos primeros actores, esto es, familia y centros escolares, les compete la tarea de potenciar en las personas una recepción activa y crítica del medio. Y todo ello va unido a la necesidad de conformar veedurías ciudadanas o consejos populares de medios que opinen y actúen eficazmente en la regulación de los contenidos audiovisuales.

En este sentido, las televisiones comunitarias pueden hacer un aporte sustancial para el mejoramiento de la calidad televisiva, pues el carácter participativo e incluyente de éstas permite que los televidentes, no sólo viendo los programas desde la silla sino interviniendo directamente en su elaboración, sean conscientes de la utilidad social y cultural de los contenidos.

La filosofía de la televisión comunitaria establece la necesidad de formar alianzas con otras instituciones. Así, la unión con escuelas y universidades sirve para ejercer un mayor control sobre los espacios televisivos y tener a la mano la posibilidad de adelantar planes de capacitación en alfabetización en medios que lleguen a toda la población¹⁰¹. También

101 El programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Tolima, junto con otras

puede aspirar a ser una televisión de excelencia, entendiendo este concepto igualmente desde lo local, es decir, como una búsqueda permanente del medio por lograr su mejoramiento continuo de acuerdo con el establecimiento de indicadores de calidad, algunos de ellos propuestos por las comunidades.

La televisión comunitaria desde la esfera de la tv pública debe comenzar a realizar actividades para configurar un medio audiovisual, cuya programación se oriente hacia el mejoramiento continuo. Entre esas actividades se pueden mencionar: (1) la identificación de los criterios de calidad con base en su vocación comunitaria; (2) debatir los logros y deficiencias de sus parrillas de programación y apuntar hacia una gama de programas que incorporen tantos criterios de calidad como le sea posible; y (3) disponerse a dilucidar, mediante la investigación, aquello que los espectadores y los productores entienden como indicadores de calidad.

Pero para adelantar dichas acciones es necesario crear una serie de condiciones, a saber: una sólida seguridad financiera; tiempo suficiente para la producción de productos televisivos; una importante dotación de personal de talento; profesionalidad y motivación de los equipos de producción; posibilidad de creación y desarrollo de iniciativas de las personas asociadas con el medio televisivo; libertad para alejarse de la obligación de maximizar los índices de audiencia; orientarse por el criterio de la excelencia; y una legislación televisiva adecuada que ayude a los responsables del medio de comunicación a potenciar la calidad. Otros criterios hacen referencia a contar con personal con un alto nivel de profesionalidad, con productores bien formados; poseer la habilidad para asumir riesgos y fracasar sin que esto conlleve una pérdida notable de ingresos y de expectativas; y que los equipos de producción se orien-

instituciones de educación superior de Colombia, adelantó dos proyectos de educación en medios en los años 2010 y 2011. Uno de ellos, denominado *Mirando cómo miramos*, consistió en desarrollar capacidades en jóvenes/estudiantes y padres de familia/cuidadores en cuatro municipios del eje cafetero (departamentos de Risaralda, Caldas y Quindío). Este proyecto fue asesorado por Yamile Sandoval, docente de la Universidad Santiago de Cali, quien con su equipo de trabajo creó el modelo pedagógico y didáctico para la realización de los talleres de alfabetización en televisión. El otro fue un diplomado virtual en *Televidencia Crítica, con participación ciudadana*, que capacitó a líderes comunitarios, profesores y estudiantes de colegios y universidades para el visionado crítico de los contenidos televisivos. Ambas iniciativas fueron coordinadas por el autor de este libro, con el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión y la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN).

ten hacia la calidad y que tengan la convicción de que deben educar a la nación, en vez de entretenerla como único objetivo (Gutiérrez, 2006).

La televisión de calidad no debe verse solamente desde el ámbito de la emisión: los periodistas, productores, realizadores no son los únicos que elaboran los programas y las parrillas de programación, sino también los telespectadores. Pero estos últimos no se conciben como consumidores o simples retroalimentadores de información, sino como personas cuya participación en todo el proceso de difusión del medio audiovisual es relevante para transitar hacia una televisión de calidad. En este aspecto la filosofía de las TV comunitarias es clara: el medio funciona cuando es apropiado por la comunidad. ¿De qué vale, entonces, producir TV de calidad si el televidente no se siente pieza clave de todo el engranaje de producción, o si los contenidos están bien estructurados pero están desvinculados del entorno comunitario?

Como se indicó al comienzo de este acápite, la TV de calidad y la TV comunitaria son mutuamente dependientes. La televisión comunitaria aspira a ser de excelencia y la televisión de calidad a llegar a bastas audiencias con programas bien elaborados, empleando, cuando sea el caso, narrativas y estéticas populares de los medios de comunicación comunitarios. A esta afirmación hay que agregarle que las dos tienen la misión de moldear los gustos del público, que en este entorno global y competitivo han sido pervertidos por la influencia de las televisiones privadas.

7.2 Binomio televisión comunitaria/televisión digital e internet

Como afirma Iñaki Zabaleta (2005: 25) la transición analógico-digital puede afectar a la información periodística de la televisión y la radio, sobre todo en los procesos productivos y organigramas y en los roles de los periodistas¹⁰² y equipos profesionales que intervienen. La transición, por supuesto, también transformará la forma como se produce la televisión comunitaria, en caso de que ésta asuma el reto de incorporarse a las ventajas que genera la digitalización de la señal de televisión.

102 Los cambios en la estructura organizacional de las empresas periodísticas y en los roles de los periodistas serán abordados en el epígrafe que trata sobre el binomio periodismo comunitario/periodismo digital o ciberperiodismo.

En esta transición la televisión comunitaria tiene que adaptarse a los nuevos requerimientos tecnológicos, al menos en cuatro situaciones: (1) en la *tecnología periodística en televisión*, lo que implica la adquisición de equipos digitales; (2) en la *técnica periodística*, puesto que supone modificaciones conceptuales para la producción y edición televisiva; (3) en la *organización para la producción digital*, esto es, nuevas funciones que se introducen en todo el entramado organizativo y productivo de la televisión comunitaria en el espacio digital; y (4) en la *convergencia multimedia*¹⁰³, lo que quiere decir que la televisión en manos de la comunidad puede emplear la red para presentarse ante públicos variados y dispersos (es lo que se denominaría una convergencia multimedia de los medios clásicos como la televisión –en este caso–, la prensa y la radio) o puede crear un cibermedio aparte, que compita, comparta o complemente la información de la televisión, mediante descargas de audio y video en el sitio de internet (cibermedios exclusivos).

En síntesis, entre la televisión digital y la televisión comunitaria debe existir una relación de correspondencia, mediada por los avances tecnológicos y, gracias a ellos, por el acceso universal a la información tanto por el emisor como por el receptor. Es decir, la tecnología puede ayudar a la televisión comunitaria a salir de la marginalidad para darse a conocer al mundo, con las respectivas ventajas que ello trae, y aprovechar las herramientas interactivas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para fortalecer su actividad educadora y la participación de los públicos.

Iñaki Zabaleta (2005: 380-391) ofrece alternativas para la organización del departamento de información en televisión que, en la transición analógico-digital, son de relevancia para pensar en el futuro de las televisiones comunitarias. Los modelos organizativos planteados comprenden cuatro aspectos: organigrama general de las estaciones de televisión, modelos de organización del departamento de información, plano de distribución de una redacción digitalizada y el factor de responsabilías en la cobertura informativa.

103 El término *multimedia* tiene una amplitud semántica tal que a veces resulta difícil diferenciarlo de otros términos del ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Sin embargo, en este acápite se utilizará en relación con dos aspectos que pueden contribuir al desarrollo de la televisión comunitaria, como (1) la convergencia multimedia de los medios clásicos y (2) la creación de cibermedios exclusivos.

En el *organigrama general de las estaciones*, se parte de la base de que con la digitalización de las estaciones y las tecnologías, existe una tendencia hacia la multifuncionalidad de los profesionales, quienes se responsabilizan de llevar a cabo multitareas. Los nuevos organigramas igual valen para estaciones de TV pequeñas, medianas y grandes.

En los *modelos de organización del departamento de información*, el autor plantea tres modelos: modelo temático (tradicional), modelo editor y modelo editor-temático.

En la *distribución física y funcional de la redacción digital en televisión*, enfatiza que la mayoría de las televisiones aún están en un proceso de transición, lo que significa que no se ha realizado una digitalización completa en la que se encuentre una red bidireccional de banda ancha “transparente” (compatible).

Y en el *factor de corresponsalías en la cobertura informativa*, analiza las corresponsalías –que poseen fundamentalmente las estaciones de televisión de tamaño medio y grande- desde varios puntos de vista: tipos de corresponsalías según los ámbitos (internos y externos) y corresponsalías según su permanencia (fijas y temporales).

Según Cebrián (1998), la radiotelevisión digital se está imponiendo en los países industrializados porque ofrece mayores ventajas en cuatro áreas frente a la tradicional radiotelevisión analógica: en producción, transporte, difusión y recepción.

En **producción**, la televisión digital ofrece mayores posibilidades de manipulación de la señal (codificación, compresión y efectos especiales), sin ninguna pérdida de calidad en copias sucesivas o generaciones del producto original. En **transporte**, se refiere a la distribución/contribución de la señal digital entre estudios o centros de producción, tanto fijos como móviles, y en transmisiones internacionales de estación a estación, en un sistema punto a punto, en general. La transmisión suele ser mejor, sólo que para lograrlo requiere de un gran ancho de banda. En **difusión**, trata de la difusión de la señal al público. La calidad del audio y de la imagen puede ser mejor que la analógica, de acuerdo con el grado y la norma de compresión empleados. El sistema digital es incompatible con los sistemas actuales de radiotelevisión, esto es, PAL, SECAM y NTSC. En **recepción**, los usuarios pueden disponer –para ello requieren comprar un nuevo receptor o decodificador- de mejor calidad de imagen y

sonido, mayor número de canales, entre otras ventajas.

Para Moragas (2005: 13), la comunicación digital modifica las formas de producción y con ella la creación de nuevos espacios locales y globales, pero también produce una nueva forma de “gestión de la información”, que permite el almacenamiento y recuperación automática de los contenidos por los receptores.

En esencia la distinción de la TV digital con respecto a la TV analógica estriba en que la primera puede ofrecer la *interactividad*, objetivo al que siempre han apuntado los medios electrónicos, especialmente la televisión. Este concepto supone un equilibrio entre emisores y receptores en el proceso de la comunicación o cuando menos una participación real y actual de los televidentes en la producción de contenidos audiovisuales. Así, la televisión interactiva es un concepto clave en la tecnología de la información y la comunicación, pero lamentablemente se abusa de él hasta el punto de sobredimensionar sus alcances o de definirlo de maneras que se presta a confusión. Por eso, se ha tratado de delimitar el campo del concepto de interactividad a través de cinco parámetros: interactividad según su dirección, según su grado, según el canal, según su naturaleza y según la actividad del usuario¹⁰⁴.

Básicamente, la interactividad en la televisión digital se presenta en diferentes escalas, conforme a la capacidad de los interfaces. *Televisión interactiva mínima*: el usuario envía al operador sus órdenes sobre selección de programas; *televisión interactiva media*: el usuario, en este caso, además de la interactividad anterior, recibe servicios interactivos ofrecidos por el operador a través de potentes servidores digitales o discos duros donde almacena todos los contenidos (los servicios pueden ser guías electrónicas de televisión, información sobre el estado del tiempo, etc.); y *televisión interactiva alta*: además de las anteriores, el usuario puede navegar por internet y recibir servicios y contenidos especiales preparados y /u ofrecidos por el operador, para lo cual cuenta con un receptor o descodificador, un módem, un disco duro donde almacena la información, y un canal de retorno.

La interactividad es una realidad y es producto de la aparición de internet y de la digitalización de la señal analógica en su proceso de emisión, transmisión y recepción en diferentes sistemas (cable, satélite y terrestre).

104 Los cinco parámetros se encuentran ampliamente explicados en Zabaleta (2003: 36).

Pero como toda realidad tiene sus momentos positivos y negativos que se pueden matizar desde la perspectiva con que se mire la tecnología.

Es positivo cuando nos permite ensoñar en un planeta en el que los verdaderos reguladores de la televisión sean los espectadores y no los Estados o los legisladores, y que la audiencia pueda decidir y valorar los nuevos canales hasta lograr que las programaciones den un vuelco definitivo hacia la calidad. De esta manera el productor y realizador de los espacios televisivos dejará la arrogancia, el facilismo y tendrá que especializarse en contenidos realmente interesantes con la ayuda de la técnica, para obtener la aceptación no del receptor sino del cliente que paga por ver formatos distintos.

Es negativo en el instante en que la tradición se impone sobre la novedad: más de 50 años de recepción totalmente pasiva frente al televisor, promovida por una sociedad basada en el consumo, hace que la anhelada bidireccionalidad de la comunicación, con un emisor y receptor en igualdad de condiciones para decidir, tambalee. Como afirman Peña-fiel y López (2000: 187-189 y 2002: 111-112) es una interactividad real, no efectiva, esto es, el usuario podrá bajar una película para observarla cuando le plazca (*pay per view* o *video on demand*) o votará en contra del actor que debe marcharse del *reality show*, pero su opinión poco afectará cambios de fondo y estructurales en los contenidos televisivos.

Eso por un lado. Por otro, hay que pensar hasta qué límite es pertinente la democracia. No siempre el gobierno de la mayoría ha resultado benéfico para las comunidades a las que se espera dirigir, y así puede ocurrir con el futuro de la televisión, como órgano de difusión que orienta o es el reflejo de la sociedad. ¿Acaso la interactividad, concebida como canal democrático rápido, estimule la selección de programación ligera, trivial, destinada a la diversión y no permita reflexionar sobre otros temas prioritarios para la cohesión y la convivencia social?

Quizás la controversia no sea tan extrema, pero sí da pie para discernir un terreno neutral donde la gente mantenga su derecho al entretenimiento y a espacios útiles, al tiempo que exija a los productores y realizadores¹⁰⁵ la creación de contenidos que busquen el interés común,

105 Aunque Mariano Cebrián (2001: 153) se refiere a los periodistas de la radio digital, consideramos que el mismo perfil se aplica a los productores-realizadores de contenidos de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

defiendan el pluralismo, la convivencia y demás valores constitucionales (Cebrián, 2001).

Teniendo en cuenta esas características, la televisión comunitaria debe transitar hacia la tecnología digital, y puede aprovechar los nuevos medios digitales para potenciar su influencia y cobertura. En cierta medida, Garitaonandía *et al.* (1999) al subrayar la importancia de la descentralización de la tv en la Unión Europea, nos habla de la oportunidad de desarrollo que pueden tener los medios locales y regionales en el “ámbito digital”. Los autores señalan que

en esta nueva ecología de las comunicaciones, contraria a las previsiones iniciales, la demanda de “comunicación de proximidad” es una nueva realidad que ofrece a los proveedores de las estaciones de televisión un potencial competitivo en el nuevo contexto marcado por la multiplicación de los canales y programas que están muy lejos de las experiencias concretas de sus televidentes.

En resumen, la televisión puede aumentar su cobertura e influencia desde dos enfoques: primero, empleando internet para que su programación, logros y proyectos salgan del aislamiento zonal o comunal y se proyecten al exterior para dar a conocer su trabajo audiovisual y comunitario y, al mismo tiempo, tenga más posibilidades de establecer alianzas con instituciones del orden nacional e internacional que respalden muchas iniciativas de tv comunitaria. Esto tiene aun más valor en la “sociedad del conocimiento”, pues “la cultura local multiplica por millones sus posibilidades de difusión y es capaz de transformarse, desarrollando su imaginación, frente a las culturas globales. Es decir, para estas culturas locales, la mejor manera de sobrevivir es ejercer y utilizar sus posibilidades de adaptación al nuevo escenario, sin abandonar la dinámica de la globalización” (Ortiz, 2005: 81).

Segundo, con las herramientas interactivas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, concretamente en la televisión digital, puede crear nuevos canales de comunicación para que la gente acceda, participe y autogestione la televisión de la comunidad, y reciba programas con una orientación más didáctica y personalizada. Pero la participación debe ser sustancial, dirigida al mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad, con un énfasis social, educativo y cultural, y no

simplemente bajo un parámetro económico y consumista como lamentablemente parece presentarse la televisión digital.

A pesar de ello, entre la tv digital y la tv comunitaria no pueden generarse exclusiones por el hecho de que la primera tienda a una visión global de la cultura y de las relaciones políticas y económicas, en tanto que la segunda haga énfasis en lo local. De hecho, como lo afirma Miguel Ángel Ortiz (2005: 80) en la aldea global los medios de comunicación tienen la responsabilidad de redefinir la arquitectura institucional y democrática de nuestra sociedad. Si la tv digital desea democratizarse, es decir, ser ejemplo de pluralismo, debe ofertar algunos canales con transmisión de contenidos comunitarios, para que la gente también vea representados sus intereses locales.

7.3 Binomio televisión comunitaria/televisión cultural y educativa

La televisión cultural y la televisión educativa son consustanciales a la televisión comunitaria. ¿Por qué? Porque la televisión en poder de las comunidades sólo tiene razón de ser (1) si es gestionada por los colectivos organizados y (2) si toda su programación (musicales, informativos, magazines, etc.) se guía por parámetros educativos y culturales.

La primera afirmación tiene su sustento en que la televisión comunitaria valida y legitima la expresión de las comunidades locales en su quehacer cotidiano (Pérez, 1998: 23), en tanto que la segunda insiste en que la televisión pública, incluyendo la experiencia de la TV comunitaria,

no debe ser un canal donde la cultura o la educación o el medio ambiente o la salud o la educación primaria o los valores o la formación audiovisual sean un contenido o una franja de programas sino que estas temáticas y campos sociales se convierten en los horizontes expresivos y los escenarios de pensamientos que deben guiar el flujo de programas (Martín Barbero *et al.*, 2000).

7.3.1 Televisión comunitaria/televisión cultural

Si la televisión cultural se entiende como un sitio donde se construyen imaginarios sociales y las identidades culturales, convirtiéndose en

proyecto para contribuir en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática y en el reconocimiento de la multiculturalidad de una nación, la televisión comunitaria sigue esos mismos criterios desde lo local, apoyándose en la participación de las comunidades en toda la producción de la programación. Trabajar desde lo local implica ampliar los espacios para que la gente exprese sus inquietudes y defienda la diversidad de idiomas y culturas (Ruano, 2006), para evitar que la homogenización creciente y la prepotencia de las culturas únicas y consumistas de la globalización, terminen por reducir a la marginalidad y el olvido las manifestaciones culturales de los pueblos y las minorías étnicas.

En esas circunstancias, las televisiones comunitarias persiguen la rentabilidad sociocultural en vez de la rentabilidad económica. La rentabilidad sociocultural significa la integración de la ciudadanía en torno al conocimiento de sus deberes y derechos y al desarrollo de sus capacidades para mejorar sus condiciones de vida.

Para Martín Barbero *et al.* (2000)¹⁰⁶, el nuevo ecosistema comunicativo “obliga pensar que la cultura hoy se refiere más a cómo los ciudadanos desarrollan una comprensión de su país que les capacite para ayudar a transformarlo, que a eventos de contenido artístico o culturalista”. El autor contempla una nueva televisión pública en la que lo cultural, lo educativo y lo comunicativo se incorporen a un proyecto ético de nación y comunidad deseada: en el caso colombiano, para formar ciudadanos competentes para convivir con el otro y actuar en el horizonte de la paz y la diversidad cultural. De modo análogo, establece algunos criterios para que la televisión pública “gane la dinámica del flujo y la diversidad cultural”. Nosotros consideramos que los criterios que Martín-Barbero expone, son aplicables a la televisión comunitaria, toda vez que ésta hace parte del sistema de televisión pública y debe perseguir objetivos enmarcados en el desarrollo humano. Esos criterios son:

- El medio ambiente se debe integrar a la programación pero no como temática sino como perspectiva de encuentro entre lo humano y lo

106 Jesús Martín Barbero *et al.* (2000) mencionan los criterios para el desarrollo de la televisión cultural desde la televisión pública, pero también señalan que para construir una cultura democrática y reconocer la multiculturalidad de un país, es necesario crear una red nacional de televisión cultural que ponga a circular y dialogar las producciones de la televisión pública de carácter nacional con las de los canales regionales, locales y comunitarios.

natural, entre lo cultural y lo educativo, entre la memoria y la juventud. En el plano comunitario, la televisión debe abarcar tanto los problemas ambientales como sus soluciones, creando conciencia de la necesidad de mantener una relación armónica entre los hombres y entre los hombres y el entorno.

- La salud no es una temática que se hace televisión sino que aparece como estilos de vida saludables y productivos que se deben promover a lo largo de la programación. En lo comunitario, es vital que el tema de la salud se salga de la esfera patológica, para que se exprese como un hábito de vida saludable preventivo tanto en los programas como en los anuncios publicitarios.
- Los niños no deben ser temática construida desde los adultos sino campo expresivo, con voz propia y autoridad de sentido. Los niños deben ser concebidos como actores sociales y no como simple contenido. En la televisión comunitaria, los niños hacen televisión y se ven reflejados en ella mediante la vinculación de las escuelas y colegios, y organizaciones de las que hacen parte.
- El maestro no es un sujeto a “educar” sino a integrar con los medios de comunicación, un trabajador de la cultura en cuanto se vincula desde su oficio a la construcción del nuevo ciudadano. El maestro establece lazos entre la institución educativa y el canal comunitario; también participa en él en la producción de los programas o como garante de que la parrilla se ajuste a criterios culturales y educativos.
- Lo cultural no es un tema para hablar de las bellas artes y el folklore sino un campo para generar sentido público y reconocimiento como nación plural y diversa. Esto significa que no hay programas culturales sino un canal que construye un paisaje común y diverso para toda una comunidad nacional. Lo comunitario sigue esta misma línea pero la trabaja en forma descentralizada, es decir, desde lo local, para fortalecer los rasgos culturales que acercan y distancian a las pequeñas poblaciones del centro, de las capitales, con un carácter democrático y tolerante.

Finalmente, Martín Barbero *et al.* sintetizan esta nueva comprensión de lo cultural desde la televisión pública teniendo en cuenta varios factores, los cuales se acercan al espíritu y filosofía de la televisión co-

munitaria, con la salvedad de que esta última parte de lo local y vincula activamente a las personas en el proceso de producción y gestión de la parrilla de programación. Los factores son:

- Que la televisión pública deje de lado la secuencia lineal –que encadena unidireccionalmente programas por contenidos y audiencias– para pasar a una programación más descentrada, de flujo y plural en géneros y formatos. En la tv comunitaria se sigue el precepto de conducir toda programación desde lo cultural y educativo, pero con un carácter desarrollador. Esto significa no expresar la cultura y la educación *per se*, sino buscando que estos conceptos atraviesen la dinámica de todos los espacios para buscar soluciones a los problemas comunitarios y de esa forma mejorar la condición de vida de las personas, promoviendo la organización, el conocimiento de la esfera pública y la convivencia.
- Que funcione como lugar de encuentro de las diversidades estéticas, étnicas, de sensibilidad y ambientales. La tv comunitaria destaca las costumbres, estéticas locales y comunitarias sin excentricidades ni de manera estrafalaria sino buscando sus potencialidades y desarrollos para el bienestar e identificación de las comunidades.
- Que sea escenario de memoria para comprender la ciudadanía en estos tiempos comunicativos del olvido. La tv comunitaria contempla la ciudadanía como la participación de las personas en la gestión de un canal comunitario y en la apropiación que hacen del medio para exigir el reconocimiento de derechos políticos ante las entidades públicas.
- Que recupere para la televisión cultural el ritual, la socialización, el juego, el goce propio de la escuela más que los contenidos, los expertos, los textos de salón de clase. La televisión comunitaria hace eco a ese factor, pero recalca la importancia de reconocerse desde lo local mostrando las fortalezas culturales propias, analizando sus debilidades y contando con la expresión de los miembros de la comunidad.

A pesar del choque entre televisión y cultura, ya sea porque el medio –motivado por la presión comercial, banaliza la expresión cultural o incorpora valores como la violencia y el sexismo– o porque la cultura se ha circunscrito a las artes y los museos, lo realmente importante –como

lo destaca Carmen Alborch (1995: 13)- es saber utilizar las potencialidades de la televisión para promocionar conductas y valores y favorecer la educación y la cultura.

En el enfrentamiento entre la televisión y la cultura, del cual habla Carmen Alborch, han surgido tres tendencias. La primera, en la que se encuentran los detractores de la televisión porque consideran que el medio es poco apto para transmitir la cultura o, cuando intenta hacerlo, es el causante de la perversión de esos temas que trata¹⁰⁷. Además, quienes la atacan afirman que las imágenes no alcanzan la suficiente profundidad y riqueza para expresar el espíritu y naturaleza de la cultura, sino que convierten el objeto cultural en un elemento trivial y superficial que fomenta la pasividad y resignación del televidente. En la segunda, se destacan los defensores de la televisión pues afirman que este medio tiene una presencia muy fuerte en la sociedad y se ha convertido en un instrumento muy importante para el seguimiento de la cultura por una gran masa social. Francisco Rodríguez Pastoriza (2003: 38) resume la posición de los defensores con estos términos: “la televisión es un importante medio para la educación y la información; una escuela paralela y complementaria al sistema educativo tradicional”. En ese marco de referencia, la televisión se concibe como un producto de la cultura, a la vez que productora y transmisora de cultura. En la tercera tendencia, se encuentran los que tratan de limar las asperezas entre la cultura de la palabra –a la que los intelectuales dan la etiqueta de ser la que realmente es capaz de producir y transmitir cultura- y la cultura de la imagen, colocando entre ellas un vínculo de compatibilidad y complementariedad. Este grupo intermedio sugiere que el antagonismo entre esas culturas no es la existencia misma de la televisión sino lo que se hace con ella y, por ende, la solución debe pasar por profundizar en el conocimiento de la cultura de la imagen.

La televisión comunitaria puede integrar una visión más optimista de la relación entre televisión y cultura si encara el tema desde una perspectiva de servicio público, alejada, por supuesto, de la perspectiva tra-

107 Lamentablemente a *los media*, en particular a la televisión, también se les considera como instrumentos a partir de los cuales se crea un nuevo modelo de estructura cultural denominada “en mosaico”, consistente en su propio desorden (Rodríguez, 2003: 16) y en la fragmentación del tema cultural en pedazos aparentemente inconexos.

dicional del mercado y el consumo, y si destina sus esfuerzos a integrar las diferentes variantes de la cultura que se manifiestan en las sociedades modernas (Rodríguez, 2003: 22), como la cultura popular, la culta y la de masas.

7.3.2 Televisión comunitaria/televisión educativa

Resulta difícil separar la naturaleza y fines de las televisiones educativas y culturales, pues de hecho en el concepto de cultura suele incluirse la formación, el conocimiento, investigación e innovación científica como rasgo que identifica a un pueblo. Una situación parecida suele ocurrir al comparar la televisión comunitaria con la televisión educativa y cultural, puesto que la programación de la primera lleva implícita una orientación educativa y cultural. Por tanto, creemos conveniente afirmar que entre las dos televisiones se guarda más una relación de complementariedad que de división.

En ese orden de ideas y como se anotó en el binomio TV comunitaria/TV cultural, la televisión educativa no puede incorporarse a la programación de acuerdo exclusivamente con audiencias y programas especializados en educación, sino que debe guiar todo el flujo de la parrilla de programación y las actitudes con que los periodistas y directivos del canal comunitario abordan la producción televisiva de la comunidad. En otras palabras, no deben existir sólo espacios de contenido educativo sino que toda la programación tiene una intencionalidad formativa dentro del proyecto de nación.

Jesús Martín Barbero *et al.* (2000), le dan un giro a la educación en televisión para concebirla no como la que pasa por la escuela, lo escolarizado, sino la que construye ciudadanos y forma para la convivencia pacífica y el encuentro con el otro en la vida cotidiana. Y agregan que la educación por televisión debe perseguir tres objetivos: “formar recursos humanos, construir ciudadanos y desarrollar sujetos autónomos”.

Mariano Cebrián (2003) señala los métodos como deben analizarse *los textos visuales y las utilidades que tiene la televisión en el ámbito educativo*, desde los géneros educativos mismos hasta los tipos de programas que pueden coadyuvar a propósitos formativos. *En el análisis de los textos audiovisuales*, considera que

habrá que partir, primero, del reconocimiento de los códigos en su funcionamiento en la realidad a la que pertenecen o representan en todas sus manifestaciones sígnicas: auditivas, visuales y plenamente audiovisuales naturales así como en las incorporadas por la cultura a lo largo de la historia. En segundo lugar, del reconocimiento de los códigos sociales, jurídicos, éticos y estéticos que las diversas culturas hayan creado y sirvan de relaciones de comportamiento y comunicativas. Y en tercer lugar, del reconocimiento y dominio de los códigos incorporados por la mediación técnico-retórica de cada uno de los componentes audiovisuales y la mediación humana (Cebrián, 2003: 87).

Esta posición busca que las personas cada vez tengan más habilidades y competencias para desentrañar los mensajes que subyacen en los programas televisivos, algunos de los cuales conllevan contravalores que dan al traste con la educación que se brinda en las aulas. Sin embargo, Mariano Cebrián es consciente de las plenas utilidades que brindan los medios audiovisuales a los estudiantes bien sea desde la educación formal e informal, pues el medio como tal emplea recursos didácticos y creativos para llegar a los públicos.

A esta conclusión llega Mar de Fontcuberta (2005: 10), cuando esboza la historia de la educación en medios. Al respecto señala que inicialmente los educadores vieron con recelo a los medios de comunicación, casi como una amenaza. Por eso originalmente la educación en medios comenzó adoptando un espíritu defensivo: se trataba de proteger a los niños y, en consecuencia, era menester denunciar los mensajes mediáticos y los valores erróneos que transmitían para que los jóvenes aprendieran a rechazarlos. Actualmente, la perspectiva es otra: se busca “preparar al niño a comprender la cultura que le rodea y a participar activamente en ella. En este sentido el objetivo es la comprensión, el análisis crítico y, progresivamente, la producción de medios realizada por el propio alumno”.

Patricia Castillo y Luciana Gastaldi (2005: 14) destacan la importancia que tiene la educación en medios desde varias perspectivas: la comprensión del medio, que abarca la forma como opera y la funcionalidad que tiene la comunicación masiva en la sociedad; la necesidad de adquirir competencias para usar los medios para comunicarse con otros; y el análisis crítico y producción creativa de los mismos.

En cuanto a *las utilidades que tiene la televisión en el ámbito edu-*

cativo, Cebrián (2003: 99) sostiene que este servicio se presta desde la aplicación de géneros específicos hasta la distinción de programas que tienen intencionalidad didáctica, pedagógica, los que sólo sirven de complemento o apoyo y programas generales con un planteamiento educativo o antieducativo. En la primera categoría, identifica dos tipos de géneros específicos: La lección televisada y la telelección. La *lección televisada*, consiste en la grabación y transmisión de una lección o sesión pedagógica desarrollada en un aula para alumnos presenciales y que se transmite para otros situados a distancia. La *telelección*, comprende la oferta de unos contenidos configurados como una lección curricular o con una estructuración pedagógica para cubrir parte de un programa tratados conforme a planteamientos manifiestamente televisivos en los que se introducen cápsulas que desarrollan determinados aspectos o videos para mostrar situaciones o declaraciones de expertos. En la segunda categoría, ubica a tres tipos de programas: *programas de funcionalidad curricular*, los cuales están concebidos para la enseñanza-aprendizaje de contenidos formales presentes en los currículos oficiales según los diversos niveles. *Programas de apoyo o complementarios*, que con un tratamiento pedagógico adecuado tratan de ayudar a la enseñanza reglada con enfoques motivadores, aportación de recursos válidos para su integración en el currículum. Y *programas generales aprovechables para la educación*, en los que cualquiera de ellos puede ser empleado para la educación parcial o totalmente, en unos casos para el análisis crítico y en otros como ejemplo de una situación o de escenificación de una realidad (Cebrián, 2004: 113-114).

Joan Ferrés (1995), por su parte, ofrece un diagnóstico pormenorizado de la televisión como herramienta educativa y de las implicaciones sociológicas, artísticas, comunicativas, psicológicas y culturales del medio de comunicación en los televidentes. Para ello, menciona sus potencialidades para el desarrollo de las capacidades del público, al tiempo que advierte sobre los malos usos de la televisión, la visión fragmentada de la realidad que muestra y la crisis que experimenta la escuela¹⁰⁸ como

108 José Ignacio Aguaded Gómez (2005: 26) hace hincapié en que la escuela que durante muchos años había sido el único espacio para el control y difusión de la racionalidad y progreso, no ha permanecido ajena a los nuevos parámetros culturales y sociales. Ahora ha perdido su hegemonía como transmisora del conocimiento, que hoy fluye con más rapidez por otras vías. El autor arguye

eje sobre el cual giraba la educación hasta hace unas décadas.

El diagnóstico que elabora Ferrés se encuadra en el análisis de la televisión como agente de consumo -y en este tema coloca como objeto de estudio a la publicidad-, como gratificación sensorial, mental y psíquica y como medio de socialización, entre otros aspectos. Y la terapia que propone para convertir al medio en una herramienta eficaz para el aprendizaje consta de varios factores: la necesidad de una formación integral sobre la televisión, la importancia de despertar el espíritu crítico en el telespectador y de dosificar el consumo de los programas televisivos, para evitar la teledependencia y contrarrestar los contenidos violentos. Según Ferrés (1995: 106)

educar para la reflexión crítica supone ayudar a tomar distancias respecto a los propios sentimientos, saber identificar los motivos de la magia, comprender el sentido explícito e implícito de las informaciones y de las historias... y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas entre lo que aparece en la pantalla y la realidad del mundo fuera de ella.

Otros aspectos que aborda para desarrollar la terapia, estriban en educar en medios en la escuela y en la familia. Ambos escenarios resultan relevantes porque en el primero aún se centra parte de la formación de la sociedad y en el segundo porque muchos momentos de la vida se invierten en la interacción con los miembros del núcleo familiar, interacción que en este caso está mediada por la tecnología de la televisión. La educación en la escuela, agrega, debe pasar por dos dimensiones formativas: *educar en televisión*, implica que el medio sea objeto de estudio, para desentrañar sus recursos técnicos, económicos, ideológicos y para el análisis crítico de los programas. Y *educar con la televisión*, sugiere que se incorpore al aula, en todas las áreas y niveles de la enseñanza para perfeccionar el proceso de enseñanza aprendizaje (Ferrés, 1995: 121-122). La educación en la familia parte de la premisa de crear un ambiente favorable para que todos sus miembros, en especial los niños, tengan la oportunidad de hacer un uso racional y creativo del medio de comuni-

que los nuevos escenarios audiovisual y tecnológico han propiciado cambios en el ámbito educativo, a tal punto que han motivado crisis y contradicciones que se reflejan en malestar docente, reformas, desorientación y desmotivación del alumnado. Aguaded Gómez se lamenta de que la institución escolar se resiste aún a dar respuestas globales para una integración de los medios de comunicación audiovisuales y las tecnologías en sus aulas.

cación, para lo cual se requiere conocer su funcionamiento, dosificar su consumo y estimular el diálogo en la familia para darle contexto y principios de realidad a las imágenes que transmite la televisión.

Ahora bien, una vez esgrimidos los fundamentos de la tv educativa, es preciso establecer de qué forma pueden ser aprovechados por la tv comunitaria para que cumpla con su misión educativa desde la praxis.

A la televisión comunitaria le compete enseñar a ver televisión a los miembros de la comunidad mediante capacitaciones técnicas, interpretación de códigos visuales e ideológicos y el conocimiento de las finanzas y legislación que sostiene y regula al canal, para que, por ejemplo, los padres de familia acompañen a sus hijos y les establezcan criterios para el visionado. Por extensión, debe promover la participación de la comunidad en el control de la producción y emisión de los programas, así como de la organización interna del canal, para evitar desafueros periodísticos, empresariales, y que vayan en contravía de una programación educativa y cultural. Es lo que Jesús Martín Barbero *et al.* (2000) establecen como *criterio de acción para la televisión pública*, que igual es válido para la televisión de la comunidad: crear “sistemas claros y participativos de orientación del canal”.

La educación, como se indicó anteriormente, debe conducir la filosofía de toda la programación y no limitarla a un programa o fraccionarla por franjas u horarios como ocurre con la educación escolar, que se circunscribe a contenidos, niveles, módulos y grados. Cuando la parrilla tiene la orientación pedagógica y didáctica, implica darle oportunidad a maestros, padres de familia, alumnos e instituciones para que participen en esa orientación bien sea conceptuando sobre temas, estableciendo criterios de evaluación y control y produciendo programas.

Mariano Cebrián (2003: 149) señala que la educación y participación en medios es más allá de la simple recepción. Para él un verdadero aprendizaje implica

apreciar el funcionamiento de la información audiovisual mediante la producción de la misma, es decir, aprender haciendo las cosas objeto de aprendizaje. Se trata de preparar usuarios de los medios para expresarse cuando se necesite: con fotografías, con videos, con magnetófonos, con el teléfono, con el correo electrónico, con la web para dar información de sí, o con los chat para entrar.

Así mismo, es fundamental que los canales comunitarios establezcan alianzas con diversas instituciones, especialmente con escuelas, colegios y universidades, que permitan retroalimentarse permanente y positivamente del trabajo que todas realizan. A las universidades les sirve para cumplir la función de extensión universitaria, de divulgar sus investigaciones y de interactuar con la sociedad para conocer sus demandas, en tanto que el canal comunitario se alimenta de enfoques educativos y de servicio público que, al incorporarse a formatos televisivos, pueden tener un impacto positivo en la comunidad.

En la praxis, la televisión comunitaria coadyuva a la formación de los jóvenes y a su desarrollo humano por medio del uso de géneros educativos específicos como las lecciones televisadas, que permiten a los estudiantes repasar -en un espacio y tiempo diferente de las aulas- temas no comprendidos y a comunicarse con los docentes por vía telefónica u otros medios para despejar dudas. Las televisiones comunitarias también pueden contribuir produciendo videos para instituciones escolares en los que se resalte la historia, geografía, artes y costumbres locales, para que complementen la formación curricular, mucha de la cual viene diseñada por pedagogos de las capitales que desconocen las necesidades culturales y educativas de las pequeñas localidades.

A su vez la televisión educativa debe aprovechar las potencialidades de la televisión comunitaria. Una de estas potencialidades consiste en que tiene delimitada y conocida una parte de la población que quiere que se le eduque y, por ende, los contenidos difundidos pueden tener un impacto masivo y positivo en la formación de los ciudadanos.

7.4 Televisión comunitaria/televisión alternativa

La televisión comunitaria y la televisión alternativa comparten varios objetivos, entre ellos el de empoderar a las personas para que asuman una posición activa frente a los temas que los inquietan directamente. Sin embargo, la televisión comunitaria trasciende ese objetivo para incorporar otros relacionados con el actual momento histórico. En pocas palabras, la tv alternativa fue la génesis de la tv comunitaria y esta última ha evolucionado hasta convertirse en una televisión que tiene en cuenta fenómenos como la globalización, el avance de las Tecnologías

de la Información y la Comunicación (TIC) y la caracterización del desarrollo humano.

La tv alternativa comprende una coyuntura histórica bien particular. En Europa, los movimientos sociales de 1968 y, en América Latina, la lucha contra las dictaduras marcan un periodo fértil para la televisión contestataria, que busca convertirse en el contrapoder de los medios de comunicación dominantes y hegemónicos. Claro está que múltiples experiencias también se llevaron a cabo durante y después de la Segunda Guerra Mundial como la *Radio de los Mineros Libres* en Bolivia (1944) y *Radio Sutatenza* en Colombia. Lo curioso es que normalmente no se establece una diferencia clara entre las dos. Por ejemplo, Manuel Chaparro señala que el término comunitario terminó por agrupar a los medios populares y alternativos, puesto que se refiere a poner algo en común. Lo común en este caso es que los medios alternativos, populares, comunitarios o del *tercer sector* son gestionados por organizaciones sin ánimo de lucro con el fin de democratizar el espacio radioeléctrico y promover la diversidad en el discurso (Chaparro, 2002: 26).

Para Mattelard y Piemme (1981: 62) resulta difícil definir el mismo concepto de comunidad, pero se atreven a atomizarlo sólo como la idea de *consenso* que subyace en el intercambio social. A los medios alternativos, no obstante, los catalogan como instrumentos que permiten contrarrestar el modelo de comunicación dominante de la burguesía por uno alternativo que, como ocurrió con Radio Empleo de Bélgica, ayuda a la gente a ser consciente de sus propios problemas, a restablecer la comunicación consigo misma y con el exterior, a desarrollar las capacidades individuales y los recursos colectivos y a llevar progresivamente a la población a asumir la solución de algunas de sus dificultades.

Es interesante la definición que hace Tracy (2007) de los medios alternativos, labor que de por sí resulta bastante compleja debido a la misma diversidad y especificidad de este tipo de medios. Para este autor los medios alternativos son componentes esenciales para cultivar una conciencia colectiva que permite emerger a movimientos sociales a través de sus capacidades para transformarse de espectadores a participantes activos de los hechos y eventos que afectan sus vidas; en resumen, de resolver la ruptura entre la comunicación y la cultura a través del activismo por la autodeterminación económica y política. Así, este tipo

de medios se caracteriza por:

- Estimular una aprehensión creativa de los multitudinarios factores que influyen cada día en la existencia individual y comunal.
- Modelar el campo de la movilización y ser en sí mismo un potencial para el activismo político.
- Incentivar un proyecto de comunicación emancipatoria.
- Convertir a un hombre en más que un sujeto y construir una más autónoma y comprensiva relación con la realidad.
- Promover la revolución social mediante la construcción del entendimiento social en la conciencia discursiva.

Carpentier *et al.* (2007: 220-231), entre tanto, proponen cuatro aproximaciones multiteóricas para definir los medios desde el enfoque comunitario.

Enfoque 1: el servicio a una comunidad: en este enfoque hay un fuerte énfasis en el concepto de “comunidad”. Sin embargo, los aspectos geográficos se destacan de manera explícita, aunque otros tipos de relación entre el medio y la comunidad son frecuentemente mencionados. En este último caso, se puede mencionar la comunidad que surge gracias a internet y que se suele llamar “grupos de usuarios”. Claro que el concepto de “comunidad” se refiere, fundamentalmente, a un colectivo de personas que participan en una serie de relaciones que le dan identidad al grupo.

Enfoque 2: los medios comunitarios como alternativa a los medios dominantes: este enfoque define a los medios comunitarios con base en el concepto de medios alternativos, introduciendo una distinción entre medios comunitarios y medios dominantes. Así, los primeros se conciben como (1) de pequeña escala y orientados hacia comunidades específicas, posiblemente hacia grupos marginados, respetando su diversidad; (2) independientes del Estado y del mercado; (3) horizontalmente estructurados, facilitando el acceso y participación de la audiencia dentro del marco de la multiplicidad y la democratización; (4) emisores de discursos y representaciones no dominantes (posiblemente contrahegemónicos), que enfatizan la importancia de la autodeterminación. Los segundos, por su parte, se conciben como (1) de gran escala y orientados hacia audiencias grandes y homogéneas; (2) de propiedad de organiza-

ciones estatales o compañías comerciales; (3) organizaciones verticalmente estructuradas dirigidas por profesionales; y (4) transmisores de discursos y representaciones dominantes.

Enfoque 3: los medios comunitarios vinculados a la sociedad civil: la independencia de los medios comunitarios con respecto al Estado y al mercado supone la articulación de éstos como parte de la sociedad civil, situación que es crucial para la viabilidad de la democracia. Aunque su naturaleza puede variar en naciones y continentes, el concepto de sociedad civil es relevante en la mayoría de las sociedades contemporáneas y puede ser visto como un lugar importante para la expansión y profundización de la democracia con el apoyo de medios de comunicación que mejoran el nivel de participación.

Enfoque 4: los medios comunitarios como rizoma: este enfoque se construye sobre la importancia atribuida a la sociedad civil y la democracia; aquí, el énfasis principal consiste en describir a los medios comunitarios no en su rol como parte de la esfera pública, sino el rol catalizador que ellos pueden jugar como ejes donde la gente de diferentes tipos de movimientos pueden reunirse y colaborar (estudiantes, mujeres, grupos antirracistas, pacifistas, etc.).

Estas características y enfoques permiten darle una personalidad propia a la TV alternativa y la TV comunitaria y, asimismo, identificar algunas diferencias entre los dos estilos de televisión. En especial, resulta preponderante destacar que aunque el espíritu de la TV alternativa fue el de crear un discurso nuevo a partir de las verdaderas realidades sociales, su campo de acción terminó circunscribiéndose al quehacer de los grupos políticos. Es decir, este medio fue tomado como bandera por algunos movimientos para dar a conocer algunas ideas que chocaban contra las ideas dominantes de los Estados, o de gobiernos que, en su época, detentaban el poder. Por tanto, el concepto de bienestar social estaba más ligado a una participación directa y decidida de la población en los temas políticos, empleando la palabra y las imágenes como armas subversivas y contrahegemónicas.

De su carácter revolucionario, se infiere que de este medio audiovisual se encuentra fuera del sistema de televisión público, el cual es reglamentado por el Estado. De hecho, un rasgo que identifica a la TV alternativa es su empeño por desencajar de los marcos centralistas y

normatizados de las entidades oficiales, en cuya responsabilidad está el manejo del espacio radioeléctrico.

En estas condiciones, la TV alternativa y todos los medios de esa característica tienden a desplazarse hacia la clandestinidad o la auto-marginación. Por ello Rosa María Alfaro señala que a pesar de que la comunicación alternativa asumió el compromiso de ser la voz de los menos favorecidos, al final fue incapaz de adaptarse a los nuevos retos políticos, económicos y sociales. Uno de los errores cometidos consistió en concebir lo colectivo como autosuficiente e incontaminado y a las instituciones gubernamentales y no gubernamentales -con las que hubiera podido lograr alianzas vitales para que los logros en diferentes áreas hubieran trascendido- como las contaminadas e intransigentes. Agrega que aun cuando se avanzó en despertar la conciencia crítica de la comunidad, no se inculcó en ella la creatividad para que no se quedara sólo en el cuestionamiento del orden económico y político imperante sino que incrementara su caudal propositivo para plantear soluciones a los problemas (Alfaro, 2000).

En cambio, la televisión comunitaria no se limita sólo a representar la voz de un grupo político contrario a los movimientos que poseen el poder político y, por tanto, el discurso dominante. Es decir, su campo de acción es mucho más amplio, pues aunque tiene como pilar la participación directa y decisiva de la comunidad en los aspectos políticos, enfatiza la necesidad de que las personas empleen la televisión para mejorar sus condiciones de vida. No significa una visión instrumental de la comunicación, sino el aprovechamiento de las potencialidades del medio para concienciar a la gente sobre la realidad social que vive, despertando la creatividad para la solución de los problemas y estableciendo alianzas con diversas instituciones y la sociedad civil para definir planes de acción y promover el desarrollo humano desde el ámbito local. Finalmente, la TV comunitaria se enmarca en el sistema de televisión pública de los Estados. Al menos los modelos consolidados de este medio audiovisual, como los de Estados Unidos, Canadá, Bélgica, Holanda, Brasil, Colombia y Venezuela, siguen esta lógica. También es justo anotar que en otras latitudes las televisiones comunitarias fungen como medios alternativos en una primera fase de desarrollo, puesto que todavía luchan por ser reconocidos y legalizados.

8 Periodismo comunitario y otros enfoques periodísticos¹⁰⁹

En las últimas décadas el área de la comunicación social o ciencias de la comunicación ha visto cómo han surgido nuevas tendencias para el ejercicio periodístico. La tradicional, la enmarcada en la filosofía liberal de la cual se hablará más adelante, creó el periodismo estándar, es decir, aquél que pregona la objetividad, la veracidad y la imparcialidad como cánones irrefutables. El periodista se concibe con un profesional imparcial que mantiene una distancia prudencial con sus fuentes, en tanto que el público es considerado como un grupo de espectadores al que se le sirve todos los días un menú de noticias preparado desde las salas de redacción.

Pues bien, esta tendencia ha sufrido cuestionamientos a tal punto que muchos investigadores y comunicadores, que han abordado la profesión desde la teoría y/o la práctica, han concluido que el periodismo estándar no responde a circunstancias especiales y específicas del acontecer humano. Mariano Cebrián (2003: 39) es uno de los que controvierte el periodismo estándar que se suele enseñar en las universidades y cuyos principios son deformados en el mercado de la competencia informativa. El autor lo expresa en estos términos:

109 En Zabaleta (2005: 34) se esbozan los tipos de periodismo, según la teoría normativa (periodismo de calidad o responsable, periodismo sensacionalista, periodismo de investigación, periodismo manifiesto, periodismo ocultado), según la participación comunitaria (periodismo cívico) y según la convergencia tecnológica y productiva (sistema analógico y digital). Pero para efectos de este trabajo se han combinado algunos de dichos tipos –aunque se ha preferido el término “enfoque” por su mayor carga conceptual en el periodismo– y se han agregado otros que complementan y aportan a la esencia del periodismo comunitario, como el periodismo ciudadano, el periodismo cultural y el periodismo educativo.

El periodismo actual ha creado su propio discurso, ha generado su mundo informativo independientemente a veces de lo que preocupa realmente a la sociedad. Los medios se ocupan de sus temas como si fueran los temas que preocupan a la sociedad. Es lo que los profesionales piensan que interesa a la sociedad y que con frecuencia se comprueba que hay grandes discrepancias. La televisión dedica mucho tiempo al deporte, a la política de los conflictos entre gobernantes y partidos de la oposición, a los rifirrafes de los personajes considerados de la vida pública y muy poco a la política de los asuntos que realmente interesan a la sociedad: terrorismo, paro, inseguridad ciudadana.

Así es. Los tratamientos noticiosos de hoy están más cargados de emociones que de información y aportes al conocimiento, y la agenda informativa de la prensa siempre termina siendo diseñada desde el escritorio del editor o grupo de periodistas, aun cuando en los estados occidentales se pregona la necesidad abrir canales democráticos para que la gente se exprese. Por eso las experiencias de los medios de comunicación con los colectivos sociales, con sus encantamientos (formación de opinión pública) y desencantamientos (la pérdida de credibilidad de los medios), han abonado el terreno para que se generen nuevos estilos de hacer periodismo o, cuando menos, han insistido en la importancia de que el periodismo moderno se especialice en campos que son fundamentales para la convivencia y el desarrollo de los pueblos.

Entre los nuevos estilos que han incursionado en el panorama mediático se encuentran el *periodismo comunitario*, el *periodismo cívico*, el *periodismo ciudadano*, el *periodismo de calidad*, el *periodismo alternativo*, y en la frontera de las especializaciones se abren paso el *periodismo cultural* y el *periodismo educativo*.

En este acápite se tomará como centro de estudio el periodismo comunitario, del cual no se cuenta con suficiente bibliografía debido a que su surgimiento reciente, fundamentalmente en los países latinoamericanos, aún tiende a confundirse con otros estilos de periodismo. Para establecer diferencias entre uno y otro y la forma como se complementan e influyen, se definirán las características y fundamentos del periodismo comunitario con base en una comparación binomial con los periodismos cívico, ciudadano, de calidad, educativo y cultural, y alternativo.

8.1 Periodismo comunitario/periodismo cívico

Como se mencionó anteriormente, el periodismo comunitario suele confundirse con otros estilos y enfoques, entre ellos, con el periodismo cívico. Así se deduce de la definición que Marcio Fernández (2005), citando al periodista Carlos Castillo, hace del periodismo cívico: por periodismo cívico, comunitario, de contacto con la comunidad o de interés público, se entiende la acción de “retomar contacto con la comunidad, descubriendo lo que los lectores quieren y abriendo espacios para charlas de temas de interés público”.

La tesis que se mantendrá en este escrito consiste en que el periodismo comunitario comprende una visión más integral y democrática de la comunicación que el periodismo cívico, en relación con las temáticas que abordan y el papel que juega el receptor en todo el proceso. Pero antes de argumentar esta idea, es pertinente conocer el origen, fundamentos y características del periodismo cívico, para tener un marco de referencia amplio que sea útil para establecer los puntos de convergencia y divergencia con el periodismo comunitario.

El origen del periodismo cívico se sitúa en el año 1988 en Estados Unidos, fecha en la que George Bush y Michael Dukakis rivalizaban por la Presidencia de la República. La deficiente calidad del debate político de ese entonces llevó a pensar a varios periodistas que la prensa podría tener responsabilidad frente a ese hecho. Uno de ellos fue Davis Merritt, director del diario *Wichita Eagle*, quien se propuso analizar el fenómeno y plantear una solución a la falta de motivación de la gente por escuchar las propuestas de los candidatos y al poco entusiasmo que despertaba el debate electoral entre la ciudadanía.

Merritt concluyó que la gente carecía de los medios suficientes para hacer cambios en la sociedad si la prensa se limitaba a darle información siguiendo el modelo tradicional del periodismo (Cambio cultural, 2003). Por ello, diseñó una metodología para consultar a la gente los temas que consideraba prioritarios, y que fueran incorporados a las campañas de los aspirantes, para evitar caer en la tentación de hacerlo de la manera rutinaria, esto es, preguntarles a los candidatos cuáles eran sus propuestas.

El director de *Wichita Eagle* contrató la aplicación de 500 encues-

tas para determinar cuáles eran los problemas principales de la región. Se seleccionaron los más mencionados y se utilizaron como guía para la cobertura informativa. Los periodistas del diario realizaron informes en profundidad y crearon cuadros comparativos para que los votantes pudieran diferenciar las propuestas de Bush y Dukakis en temáticas como educación, desarrollo económico, medio ambiente, delincuencia, agricultura. El medio trabajó de la mano con una emisora local de televisión y con el consejo electoral para promover el registro de votantes. Al final, la concurrencia de los electores en el área de influencia del diario fue la más elevada en el resto del Estado de Kansas.

La crisis en que se sumió el debate electoral en 1988 -de la que era responsable la prensa- y los problemas que tiene actualmente el periodismo como lo señaló Mariano Cebrián párrafos más arriba (2003:39), tienen su sustento en la filosofía liberal del siglo XVIII. Así lo infiere Ana María Miralles (2002). Para esta comunicadora social

el periodismo exclusivamente informativo está basado en el modelo filosófico liberal. Sobre la premisa que la información es vital para el funcionamiento de la democracia, se crearon los mitos de la objetividad, el distanciamiento, la ausencia de un modelo político explícito, la falta de compromiso y demás rasgos de la fórmula liberal de la información que desde hace ya casi dos siglos han sido considerados “principios sagrados” del periodismo. Y sí. La información es vital para la democracia pero no es sólo insuficiente sino que los procedimientos para recabarla y difundirla pueden llegar a producir el efecto contrario al de la causa democrática: cinismo, indiferencia, confusión, abstencionismo, privatización, apatía.

El periodismo cívico¹¹⁰ nace, en parte, como respuesta al modelo filosófico liberal que parte del supuesto de que el periodista extrae y selecciona información para difundirla de manera aséptica a las masas. Se supone, igualmente, que lo que se transmite siempre suele ser de interés para el público receptor.

Para Sabrina Carrasco (2003) el periodismo cívico es un movimiento renovador que estimula la participación ciudadana en la defini-

110 También se le conoce como *periodismo público*, sin embargo, la expresión más extendida es *periodismo cívico*, que fue acuñada por el *Centro Pew*, con sede en Washington. Se prefiere el término “cívico” porque se confunde menos con la mera información sobre los asuntos públicos y porque connota el objetivo básico de fomentar el compromiso cívico (Carrasco, 2003).

ción de la agenda y en la búsqueda activa de soluciones a los problemas de la sociedad¹¹¹. De ahí que sus funciones sean primordialmente incentivar la actitud despierta del ciudadano para que delibere sobre los temas de interés común, se comprometa con la vida pública, intervenga en proyectos de la sociedad civil e influya en el diseño y ejecución de políticas. El periodista en este caso es quien establece los nexos entre los actores sociales y coordina y modera el debate público. Asimismo es el profesional que se dirige a la gente como ciudadanos, participantes potenciales en asuntos públicos, más que como víctimas o espectadores; ayuda a la comunidad a actuar, no sólo a aprender sobre sus problemas; y mejora el clima de la discusión pública, en vez de limitarse a ver cómo se deteriora.

Desde otro punto de vista, el periodismo cívico es más que una nueva modalidad profesional para el tratamiento de la información; no es una innovación que se da en el campo periodístico ni se puede entender como una estrategia para captar audiencias. Este periodismo hace una invitación a superar el modelo tradicional del periodismo en el que la agenda informativa es confeccionada desde las salas de redacción de los medios de comunicación. El periodismo cívico se compromete con la esfera de la deliberación pública, en vez de quedarse con el registro de los hechos que cuentan políticos y empresarios.

En el periodismo tradicional el que define la agenda informativa diaria es el medio con su plantilla de periodistas; en el periodismo cívico quienes diseñan la agenda informativa son las personas mediante la confrontación de las ideas en un ambiente tolerante y democrático. En estas condiciones, el concepto de “objetividad” se replantea. El periodismo tradicional se esmera porque la información sea el “espejo de la realidad”, aunque en la práctica sea imposible suprimir las valoraciones del reportero al momento de redactar informaciones. La “objetividad” de la que todavía hoy se habla en las facultades de comunicación social o ciencias de la información privilegia la redacción en forma expositiva y el distanciamiento de los periodistas con los hechos. Todo ello se traduce en

111 Quizás la función más reconocida del periodismo cívico sea la ayudar en la confección de la agenda más que la de intervenir decididamente en la resolución de los problemas. A esta conclusión se puede llegar al evaluar las experiencias de periodismo cívico en el mundo occidental.

ausencia de compromiso frente a los mismos, al menos en apariencia, y la sensación de que tras el modelo liberal de la información no hay un proyecto político, que se trata de un modelo neutral, cuando en realidad no lo es. En primer lugar, hay que decirlo a las claras: la objetividad es imposible, más si se tiene en cuenta que el periodismo se ocupa de los hechos sociales que son dinámicos y que se leen con más acierto como procesos. En segundo término, el modelo liberal de la información sí está comprometido con la teoría liberal de la ciudadanía, con una esfera pública de expertos, con un esquema representativo y con una opinión pública anclada en el ámbito privado, debido a la radical separación de lo público/privado que supone esta teoría (Miralles, 1999).

La razón de ser del periodismo cívico se orienta básicamente a formar ciudadanos, en vez de consumidores o espectadores. Para ello, se promueve un público deliberativo, con capacidad de autogestión que vea a los medios de comunicación como canales expeditos donde puede expresar sus opiniones y propuestas por ser un actor social que conoce y siente de primera mano los problemas de la sociedad y busca el bien común.

En síntesis, como anota Ana María Miralles, la tarea fundamental del periodismo cívico es construir ciudadanía. Y para lograrlo es fundamental que la deliberación pública sea considerada como participación ciudadana. Para la autora, la idea de bien común se construye por medio de la deliberación, lo cual quiere decir que no se parte de la presunción de un “bien común pre-establecido y por eso de cierto modo se trata de una búsqueda abierta de los consensos básicos, la misma en la que está empeñada el periodismo cívico, que no pretende imponer los contenidos de la agenda ciudadana sino facilitar su configuración, cualquiera que sea la orientación que tenga” (Miralles, 1999).

Ahora bien, una vez llegado a este punto es preciso establecer hasta qué punto los fundamentos, funciones y características de este periodismo convergen o los separa del periodismo comunitario. Como se indicó al inicio de este acápite, se parte de la concepción de que este último tiene una visión más integral en lo relativo a temas y participación amplia y activa del receptor en todo el proceso comunicativo.

El periodismo cívico ofrece canales de participación para que la gente se exprese y plantee soluciones sobre temas públicos, mientras que el periodismo comunitario amplía la gama de temas atravesándola

con un enfoque netamente cultural y educativo (Barbero *et al.*, 2000). Aunque son múltiples las experiencias en periodismo cívico -como lo registra el grupo Cambio Cultural (2003)-, los casos más representativos se refieren a participación y protagonismo de los electores en comicios, en tanto que el periodismo en poder de la comunidad desborda los tratamientos y enfoques de los temas, que van desde el entretenimiento hasta la política, la convivencia, la organización social. Gumucio (2002), al referirse a los medios comunitarios, lo enuncia de esta forma:

Los programas comunitarios abordan cuestiones de salud, imparten consejos prácticos, se hacen eco del punto de vista de los consumidores, ofrecen información sobre precios de los productos rurales en los mercados urbanos, se convierten en un espacio de negociación entre la comunidad y las autoridades de gobierno, y reafirman la cultura e identidad local.

De igual manera, existen dos distinciones que hacen que ambos tipos de periodismo tengan personalidad propia. Una de ellas estriba en que, como lo sugiere Ana María Miralles, en el periodismo cívico se presenta una tensión entre la deliberación y la acción, inclinándose más por la primera (el debate sobre cuestiones públicas), en tanto que en el periodismo comunitario se concilian las dos esferas, promoviendo la deliberación y estimulando la presentación de soluciones locales por medio de alianzas con diversas instituciones.

La otra distinción -que resulta esencial- consiste en que el periodismo cívico ayuda a configurar la agenda informativa de los medios de comunicación; en cambio en el periodismo comunitario el periodista alienta a la comunidad a que participe en todo el proceso de producción informativo, bien sea proponiendo contenidos, opinando sobre ellos, creando sus propios espacios con unas estéticas y narrativas propias¹¹² o administrando canales comunitarios. Diversas legislaciones sobre medios amparan esta última propuesta, como la Constitución Política de Colombia (1991), concretamente en su artículo 20: “se garantiza a toda

112 Luis Fernando Barón Porras (1998: 35) ilustra esa afirmación al señalar que cuando un grupo de jóvenes, que puede estar condenado a ser parte de las estadísticas de desempleo del país y por esta causa aumentar la posibilidad de dedicarse a actividades informales o delincuenciales, “decide realizar un programa musical en el garaje de una casa y aprende a manejar cámaras y a contar historias con el lenguaje audiovisual, los destinos de algunos de ellos están cambiando. Se están transformando órdenes económicos, culturales y sociales”.

persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial y la de fundar medios masivos de comunicación”.

Pero también existen variados puntos de convergencia entre ambos periodismos: los dos le dan prelación a las voces e iniciativas de la gente por encima de las típicas voces e iniciativas de los políticos y empresarios; no estigmatizan a la comunidad, sobre todo, a la marginada asignándoles motes de “pobres”, “ignorantes”, ni sólo hablan de ella cuando algo negativo o escandaloso ocurre en su entorno; ambos periodismos destacan las ventajas del debate y la organización de las personas a pesar de los disensos que pueden presentarse para la toma de decisiones; van al fondo de los problemas, no se quedan con la apariencia de los mismos, sino que comprenden que para que éstos se presenten deben existir unas “causas objetivas”; no insisten en la noticia del día a día sólo con base en boletines de entidades oficiales, sino que definen la agenda informativa con base en las prioridades de la gente y dedican tiempo y energías suficientes para que las temáticas abordadas sean profundas y contextualizadas.

El periodismo comunitario particularmente es un promotor social integral, puesto que no sólo abre espacios para que las personas expresen sus inquietudes, necesidades y propuestas, sino también tiene una vocación por educar en ámbitos como la política, la organización social y la convivencia, entre otros. El periodista comunitario es consciente de que el derecho a informar no es un derecho que él tiene en exclusiva. Por eso da a conocer el medio de comunicación (funcionamiento, sostenimiento, lógicas de producción), para que los ciudadanos valoren sus contenidos y se arriesguen a producir sus propios programas.

8.2 Periodismo comunitario/periodismo ciudadano

Desde que en 1992 *The Chicago Tribune* publicó una versión integral de su contenido en línea, la forma y el interés por el periodismo varió sustancialmente. Si antes el comunicador trabajaba en una sala de redacción respaldado laboral y financieramente por una empresa de medios, hoy este profesional tiene que competir con la proliferación de reporteros informales y formales que haciendo uso de las herramientas de

internet, se aventuran a informar “profanando” el territorio sagrado de la prensa tradicional.

A esta modalidad, enfoque o estilo periodístico se le ha dado el nombre de periodismo ciudadano, cuyo principio fundamental es que el ciudadano asuma un papel activo en el proceso de recogida, análisis y difusión de noticias e información. Básicamente este periodismo pretende incorporar la participación de los individuos en todo el proceso de producción de la información, de manera que se cree opinión pública frente a los temas de interés general.

En esta definición subyace la intención de que a través del periodismo ciudadano se formen públicos deliberantes, objetivo que puede confundirse o compartirse con el periodismo cívico. Al respecto Meso Ayerdi (2005) señala que la diferencia entre los dos consiste en que el segundo se concibe como un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y que se preocupa por la búsqueda de soluciones. En otras palabras, el periodismo cívico tiene un mayor grado de compromiso con la sociedad mediante la motivación al debate público y a la incitación a la acción para resolver problemas, mientras que el periodismo ciudadano se centra en el derecho para informar y ser informado.

El periodismo ciudadano se origina en los años 90 en Norteamérica y se extiende a América Latina y a Europa gracias a internet y concretamente por medio de una de sus herramientas, las bitácoras o *weblog*, las cuales constituyen un formato de publicación online centrado en el usuario y en los contenidos, no en la programación o el diseño gráfico, que permiten a los usuarios estar en la red con contenidos propios, actualizados, sin intermediarios y de gran visibilidad para los buscadores¹¹³. También se definen como un espacio de escritura en internet, un diario online, un lugar que una persona emplea para escribir periódicamente. Como ocurre en un diario, cada artículo (post) tiene fecha de publicación, de tal forma que el escritor (*weblogger*) y los lectores

113 Las bitácoras o *webloggers* tienen aplicación en la educación, puesto que se constituyen en una plataforma de trabajo para alumnos de doctorado, grupos dispersos de investigadores, gestión de proyectos de investigación, difusión de resultados de investigación, publicación de noticias, referencias de interés de las diversas unidades y centros educativos y taller de escritura individual y en colaboración.

pueden seguir un camino de todo lo publicado y archivado (Orihuela, 2004). Esta nueva tendencia de hacer periodismo que cuestiona el viejo modelo de Lasswell (quién, dice qué, por qué canal, a quién y con qué efecto) al incorporar una participación activa del receptor en el proceso de comunicación, tiene sus defensores y detractores.

Los que la defienden argumentan que refresca el mediatizado mundo periodístico, cuyos reporteros se estaban acostumbrando a que la única voz para informar era la profesional e institucionalizada¹¹⁴, al tiempo que crea las bases para que el ciudadano se convierta en un protagonista real para editar, filtrar y producir información con un rasgo esencial: la inmediatez. Así, el ciudadano puede cubrir un hecho antes que los medios tradicionales, porque dispone de los equipos para el registro, edición y colocación en la red de manera que sea revisada por miles de internautas. Los detractores afirman que el exceso de libertad para informar sin una formación ética y profesional, puede conducir a que lo publicado carezca de rigor periodístico y, por tanto, se atente contra la verdad o el buen nombre de las personas y las instituciones.

Entre las dos posiciones, no obstante, han surgido los que consideran que el periodismo ciudadano¹¹⁵ es una oportunidad para que los medios tradicionales se acerquen y aprovechen la producción informativa de sus públicos para complementar la información que se genera de las salas de redacción. Obviamente, agregan, el material recogido de las audiencias debe pasar por el proceso de verificación y confrontación de los datos.

Hasta ahora se ha presentado un marco general sobre los fundamentos de este nuevo periodismo, pero ¿en qué momento converge o se diferencia del periodismo comunitario? Para resolver este interrogante se debe señalar que el periodismo ciudadano se consolidó en los años 2003 y 2004 (Orihuela, 2004) con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y en la medida en que se

114 Investigadoras como María Elena Gronemeyer (2005), señalan que el origen del periodismo ciudadano hay que ubicarlo en la pérdida de confianza del público en el trabajo de los periodistas y a la cultura de las salas de prensa, que con arrogancia desprecian las críticas y sugerencias de la audiencia y se cierran a la fiscalización del trabajo periodístico por parte de la opinión pública.

115 *ObMyNews*, de Corea del Sur, es el diario digital que actualmente sirve de modelo de periodismo ciudadano. El medio de comunicación es visitado en promedio por dos millones de personas al día, a las que se les permite tanto seleccionar las noticias que quieren leer, como escribirlas.

facilite el acceso a las nuevas tecnologías por las clases populares más significativa será la influencia del periodismo ciudadano sobre el periodismo comunitario, cuya base es más popular, especialmente en los países de América Latina. Cuando esto suceda, el periodismo comunitario se puede nutrir del periodismo ciudadano desde varios puntos de vista: primero, porque implicaría que el periodista comunitario o la comunidad misma aprovechen las potencialidades de internet para crear contenidos comunitarios que tengan como objetivo mejorar las condiciones de vida de los colectivos sociales. Una experiencia de esa índole se lleva a cabo en Estados Unidos con Goskokie.com, un medio ciudadano hiperlocal, desarrollado por estudiantes de la Escuela de Periodismo Medill en Skokie, una ciudad de 63.000 habitantes. La intención de los estudiantes es convertir a los propios vecinos en productores de la información más pegada a la vida e intereses cotidianos de la comunidad, llegar a donde los medios tradicionales no pueden extender su cobertura informativa e involucrar a los vecinos en la producción de los contenidos a través de herramientas digitales (Varela, 2004). Segundo, porque en un futuro cercano el periodista comunitario podría servirse de los contenidos producidos por los ciudadanos para complementar las noticias locales, realizándoles los correspondientes procesos de verificación y confrontación de datos, como lo demandan los cánones del periodismo.

Y la convergencia entre el periodismo comunitario y el periodismo ciudadano estriba en que la irrupción constante de nuevas tecnologías, los obliga a mantener un diálogo permanente con el público y a tratarlo como un actor trascendental en la producción informativa, que busca expresarse y transformar la realidad. Lo local, pues, emerge como punto de convergencia, pues ambos periodismos deben promover la producción informativa más cercana y próxima de las comunidades la cual no suele ser cubierta por los medios tradicionales, a menos que contenga tintes espectaculares y sensacionalistas que les sirvan para aumentar inescrupulosamente las audiencias.

El periodismo ciudadano se diferencia del periodismo estándar y del periodismo comunitario en que no tiene el carácter institucional. Es decir, el periodismo comunitario no cumple forzosamente horarios ni periodicidad puesto que se realiza de manera libre por parte de las personas. En cambio, tanto el periodismo estándar como el periodismo

comunitario funcionan porque existe un acuerdo tácito entre los periodistas y la sociedad para que los medios de comunicación donde se desarrollan ambos tipos de periodismo cumplan con el derecho y deber de informar a la ciudadanía. Por tanto, obedecen a la lógica de los medios institucionalizados: establecen horarios y existe periodicidad.

8.3 Periodismo comunitario/periodismo digital¹¹⁶

El periodismo comunitario alcanza un nuevo cariz, debido a la digitalización de los medios tradicionales (radio, prensa y televisión) y a la presencia cada vez más apabullante de internet en el entorno de los nuevos medios. De este fenómeno de los últimos 20 años, surge el periodismo digital o electrónico, una nueva forma de informar que, sin duda, influye en otros estilos periodísticos, como el periodismo comunitario.

¿Qué implica ser reportero digital o electrónico y en qué medida influye sobre el periodista comunitario? El periodista digital se enfrenta a unos nuevos retos informativos, para lo cual tiene que aprender nuevas habilidades que le permitan responder a las nuevas demandas del público y de la sociedad en general. Por su parte, el periodista comunitario tiene, igualmente, que incorporar nuevas habilidades para que la labor que realiza desde lo comunitario tenga un desarrollo en los nuevos medios, como internet y la televisión digital.

El periodismo electrónico debe su origen básicamente a internet y, concretamente, a la aparición de los primeros periódicos electrónicos. Aunque se mencionan experiencias previas como el audiotex, la popularización del CD y del CD Rom, es a finales de los 80 y comienzos de los 90 cuando se desarrolla este tipo de periodismo en la red. Así lo reconocen Jesús Canga Larequi *et al.* (1999: 24-25), cuando afirman que en ese periodo empresas como *Wall Street Journal*, los grupos *Knight Ridder*, *Gannett*, *Time Mirror*, *Hearst*, *Washington Post* y algunas cabeceras importantes como la del *WSJ*, se encuentran entre los pioneros, así como

116 El periodismo digital también se denomina “periodismo electrónico”, “periodismo en la red” y, últimamente, ha cobrado fuerza el término “ciberperiodismo” que se origina de la raíz griega “ciber” y cuyo significado es “pilotar”. El ciberperiodismo se define como la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio (ámbito artificial creado por medios informáticos) para la elaboración y difusión de contenidos periodísticos (Parra & Álvarez, 2004: 48). En este libro se utilizarán indistintamente “periodismo digital”, “periodismo electrónico” y “ciberperiodismo”.

otras no tan conocidas, como *San Francisco Chronicle* o el *San Francisco Examiner*.

El paso de los medios analógicos a los medios digitales supone cambios en el ejercicio profesional del periodismo, fundamentalmente, en cuatro aspectos: (1) *en las rutinas y formas de organización del trabajo* a causa de la superación de las barreras espacio temporales - que sí están presentes en la radio, televisión y prensa escrita tradicionales- y en la ruptura de la secuencialidad; (2) *en la relación con el público*, debido a la utilización de las herramientas interactivas que permiten una participación inmediata e influyente de las personas respecto a la labor del periodista y del medio de comunicación; (3) *en el lenguaje periodístico*, como consecuencia de las herramientas multimediáticas o la fusión en un solo medio del audio, imágenes y texto, lo que lo obliga a comunicarse de un modo diferente con los receptores; y (4) *en la selección y confrontación de fuentes* a causa de una abundancia de éstas y de datos, con lo que se pone a prueba la calidad de las informaciones del periodista y, por ende, la credibilidad del medio de comunicación donde labora.

En el primer aspecto, *en las rutinas y formas de organización del trabajo*, internet fundamentalmente revolucionó la forma como se lleva a cabo el ejercicio periodístico, pues gracias a esta tecnología es posible renovar permanentemente informaciones, acción que, con algunas excepciones, no pueden realizar los medios tradicionales, específicamente la prensa escrita. A este aspecto Parra & Álvarez (2004: 105) denominan *instantaneidad* y se concibe como la capacidad de la escritura de competir en términos temporales con la imagen y el sonido, lenguajes con los que converge en los medios digitales. Claro está que esa noción de actualidad tiene otras características que la hacen única en el espacio digital, puesto que es acumulativa, y no sustitutiva, sucesiva y secuencial como ocurre en la radio, prensa y televisión convencional.

Un usuario puede estar frente a la pantalla de su ordenador para revisar un periódico electrónico y de esa manera estar al tanto de las noticias las 24 horas del día, ya que los periodistas digitales son capaces de colgar en la red informaciones sobre acontecimientos que acaban de ocurrir. Es lo que Javier Díaz Noci (2001: 93-94) llama la ruptura de la periodicidad que afecta sobre todo a los periódicos impresos, ya que las notas de prensa que se colocan actualizadas en internet llegan prác-

ticamente muertas al diario de papel, poniendo en entredicho el futuro económico del periódico impreso.

A la ruptura de la periodicidad contribuye el hipertexto y el hipermedia. El hipertexto permite que la lectura de textos no sea lineal como ocurre con el libro común y corriente, sino de acuerdo con los intereses del lector, gracias a que toda la información está vinculada a través de nodos a los cuales se accede dando clic en una frase o palabra clave. Con esta herramienta los escritos, además de mantener una lectura libre, supuestamente deben ganar en profundidad porque se dispone de más espacio virtual para estructurar y presentar los datos. Para Inma Martín Herrera (2005) la prensa electrónica carece de limitación espacial, lo cual se traduce en un mayor volumen informativo y en una oferta más completa de contenidos.

El hipermedia reúne esa misma cualidad pero no sólo de los textos sino también del audio y de las imágenes, pues posibilita una lectura basada tanto en las palabras como en el lenguaje audiovisual. En otras palabras, lo más común en el hipermedia es que los diversos tipos de información (textual, sonora y visual) estén integrados en un sistema y, por ende, establezcan vínculos de forma combinada entre ellos (Díaz, 2001: 89).

En el segundo aspecto, esto es, *en la relación con el público* o, si se quiere, en el cambio del receptor pasivo a uno activo, juega un papel importante la interactividad. Gracias a esta herramienta el usuario puede interactuar con el periodista o el medio de comunicación bien sea para establecer un diálogo en cuyo contenido haya exigencias, críticas, demandas o bien para seleccionar y profundizar información.

El público, por tanto, deja de ser pasivo y puede obtener su información de cientos y diversas fuentes internacionales. Se puede tener la noticia desde diferentes perspectivas, situada en un rico contexto histórico, y divulgada mediante diversas modalidades comunicativas (Pavlik, 2005: 64). El lector, entonces, puede confeccionar su propio periódico a la carta, ya que dispone de variados itinerarios de lectura y puede escoger y acceder en cualquier momento a la información que le interesa (Herrera, 2005).

En el tercer aspecto, *en el lenguaje periodístico*, subyace la potencialidad del hipermedia para la creación de nuevos géneros periodísticos,

como la entrevista online liderada por cibernautas, el teleforo, la infografía interactiva, reportaje multimedia, entre otros.

Y en el cuarto aspecto, *la selección y confrontación de fuentes* de internet se constituye en una de las habilidades primordiales que debe incorporar el periodista digital. Ante la gran cantidad de datos, escritos y comentarios en la red, es imprescindible que el reportero sepa cribar, evaluar y confrontar el mar de información disponible para que lo que publique, además de informar, contribuya a generar un conocimiento útil para los usuarios. Lo que está ocurriendo, según María Rubio Lacoba (2004), es la sobreabundancia de información en la red que, lejos de cooperar en la construcción de una sociedad con más y mejor información y conocimiento, está ocasionado graves problemas de desinformación.

Ante este panorama la autora propone una readaptación de la documentación al periodismo digital, que se lograría por medio de reinterpretaciones y cambios en las funciones de los servicios documentales. Entre estas se mencionan la función crítico-verificadora que consiste en la confrontación de las fuentes digitales, optando por aquéllas autorizadas y reconocibles; la función previsor por medio de la cual el servicio de documentación “puede prever ciertos acontecimientos y anticiparse a las necesidades de los periodistas, ofreciéndoles recordatorios, agendas de eventos y dossier documentales sobre acontecimientos previstos” (Rubio, 2004); y la función gestora de la documentación informativa que busca gestionar el caos informativo en la red que permita separar la información sensible, analizarla, organizarla y mantenerla disponible para el momento de su uso.

Parra & Álvarez (2004: 104) agregan otro aspecto: la *universalidad*, cuya influencia estriba en que la información se transporta rápidamente, a la velocidad de la luz y puede llegar a cualquier punto del planeta, toda vez que exista una conexión al ciberespacio.

Por su parte, Iñaki Zabaleta (2005: 39-42) considera que la convergencia multimedia y la mercantilización, son dos de los desafíos del periodismo actual. En lo concerniente a la *convergencia multimedia*, su impacto en el ejercicio del comunicador se funda en:

- *Renovación en las profesiones*: se renuevan las clásicas profesiones periodísticas y se crean otras como el media manager de las redacciones

digitales de televisión; el editor en línea, encargado del diseño del interfaz gráfico para el usuario en servicios en línea y fuera de línea; el autor multimedia, cuya función consiste en producir contenidos para varias plataformas; y el infoagente (info-broker), que investiga los medios multimedia para las empresas dedicadas a aspectos legales, comerciales, etc. (Schorr, 2003: 20-21 citado por Zabaleta, 2005: 39-40).

- *Reestructuración o integración de las redacciones*: es el área de convergencia multimedia más evidente, puesto que el periodista o equipos de profesionales elaboran la noticia para varias plataformas (prensa, radio, televisión y/o internet). Un rasgo fundamental de estas redacciones o centros integrados consiste en que se trabaja de manera cooperativa para la elaboración de productos distintos sobre el mismo tema para que se difundan por diversos medios.
- *Cambios en los contenidos de las noticias*: los medios online, internet sobre todo, están haciendo que las noticias sean ubicuas y contemplen rasgos particulares como la interactividad y la configuración personal.
- *Cambios en las relaciones entre los medios periodísticos y su audiencia*: las audiencias se pueden transformar en comunidades de intereses, ya que modifican sus relaciones con los nuevos medios.

En lo relativo a la *mercantilización*, el autor prevé tres retos a los que debe enfrentarse el periodismo:

- *La mercantilización de la información*: la información convertida en un producto de consumo que se inserta en las leyes de la oferta y la demanda en un mundo globalizado.
- *La concentración y control corporativo de los medios*: empresas, multinacionales que se apropian de medios de comunicación con un afán más comercial y rentístico que buscando la calidad de la información.
- *Confusión en el papel del periodista y el intrusismo*: el campo de acción del periodista se verá entorpecido por la intrusión de otros profesionales ajenos al periodismo como los presentadores, comentaristas, debido a la flexibilización de los géneros periodísticos y de los formatos televisivos.

Ahora bien, la conjunción entre el periodismo comunitario y el

periodismo digital se produce en varios términos. Primero, el periodista comunitario no puede mantenerse al margen de las nuevas tecnologías por cuanto ellas están modificando el trabajo del periodista y, desde luego, de los medios de comunicación tradicionales. De manera que el periodista comunitario, si labora, por ejemplo, en la televisión en poder de las comunidades, debe adquirir habilidades que le permitan dominar las nuevas tecnologías para incorporarlas a sus rutinas informativas y a las de la empresa en general. La adquisición de habilidades debe facilitar el manejo de las herramientas más comunes de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), particularmente de internet y la televisión digital, como la utilización de buscadores para acceder, seleccionar y valorar la información y el uso de los mecanismos interactivos.

Eso por un lado. Por otro, internet y las convergencias con otras tecnologías, como señaló Gumucio (2002), pueden ser utilizadas por el medio comunitario para darse a conocer, para traspasar fronteras, fomentar alianzas, y en este proceso es indispensable que el periodista conozca el lenguaje digital para divulgar el trabajo, necesidades, expectativas y logros de los medios de la comunidad.

El periodista comunitario también puede aprovechar la herramienta interactiva de la red y de la televisión digital para acercarse más a sus públicos, para crear un diálogo provechoso que repercuta en el aumento de su profesionalidad y en el posicionamiento del medio de comunicación como un órgano informativo y participativo. En tales circunstancias, el periodista comunitario, al igual que el periodista digital o ciberperiodista, debe desarrollar la capacidad de autoformación, de “aprender a aprender”, pues no basta la educación reglada para absorber el cúmulo de conocimientos que se generan para el manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Las escuelas de periodismo pueden responder a este reto, desarrollando un alto grado de experimentalidad, y estar abiertas a continuas innovaciones tecnológicas si quieren formar profesionales de la comunicación que hagan frente con éxito a los desafíos que impone la digitalización de los medios.

En este proceso es vital la elaboración de contenidos locales, pues son más próximos a las realidades comunitarias y de esa forma se podría contar con una participación activa de las personas en todo el proceso de producción informativa para los nuevos medios. Como afirma John V.

Pavlik (2005: 62) una función primordial de los medios digitales consiste en que la mayoría de las personas entran en la red para conectar con las noticias de su comunidad, ya sea geográfica o espiritualmente.

En síntesis, los medios electrónicos se convierten en un complemento de los periodistas y medios comunitarios, porque les permite trascender e interconectarse con otros medios e instituciones; les suministra información –que deben verificar y valorar– para el complemento, análisis y contextualización de las informaciones locales y comunitarias; les pone a disposición herramientas interactivas para que la comunidad conozca e intervenga en todo el proceso de producción del medio comunitario¹¹⁷; y les pone a su alcance una nueva tecnología, que supera las barreras espacio temporales, para la difusión de contenidos educativos y culturales que cohesionen y mejoren las condiciones de vida de las comunidades.

8.4 Periodismo comunitario/periodismo cultural y educativo

Separar los linderos entre el periodismo cultural y educativo resulta difícil por cuanto los aspectos formativos, pedagógicos y educativos en general hacen parte de un contexto cultural determinado. Pasa lo mismo con la cultura: ella forma parte inexorablemente de los procesos de enseñanza aprendizaje, pues de la cultura se extrae una parte que debe ser conocida y aprehendida por el sujeto. Aun así en este acápite se intentará establecer las relaciones de mutua dependencia entre el periodismo comunitario y el periodismo cultural y educativo, de forma que se visualicen sus semejanzas y diferencias.

8.4.1 Periodismo comunitario/periodismo cultural

La larga y rica trayectoria del periodismo cultural ha permitido que esta forma de ejercer el periodismo se haya ido especializando y goce de un

117 Si bien la interactividad que proporciona internet y la tv digital se puede aprovechar para estimular la participación del público, para que ello se produzca es necesario que los medios comunitarios, especialmente en Latinoamérica, tengan más posibilidades de acceso a las nuevas tecnologías. Por ahora, no obstante, los principales canales de participación tienen que ser ideados y fortalecidos por el periodista comunitario con base en las potencialidades de los medios tradicionales.

espacio y tiempo exclusivo en los medios de comunicación. Sin embargo, el ámbito en el que se desarrolla la información cultural abarca un amplio abanico de temas (cine, gastronomía, música, costumbres), muchos de los cuales son de difícil tratamiento para el periodista novato por no contar con la formación adecuada. Este profesional tiene que enfrentarse a una información múltiple, de difícil comprensión e interpretación, con nuevos valores, nuevos protagonistas, nuevas tendencias y nuevas denominaciones, que exigen una constante actualización, y una labor de documentación superior a la de cualquier otro orden informativo (Rodríguez, 2006: 14).

Al periodismo comunitario se le plantea un reto parecido: sus periodistas deben tender a la especialización de los temas comunitarios, para diferenciarlos de otros muy relacionados con el ámbito de la comunidad, e ir desarrollando competencias para que el tratamiento de éstos se haga con profesionalidad y en procura del progreso de los colectivos sociales.

El punto de diferencia y encuentro de los dos enfoques periodísticos estriba en que el periodismo cultural cobija todas las manifestaciones artísticas, las costumbres, tradiciones y el entorno humano en general, las cuales son abordadas desde una sección especializada, la cultura, en los medios de comunicación tradicionales. Mientras que el periodismo comunitario, aunque trata los mismos temas, no los circunscribe a una sección sino que el concepto de cultura –desde las artes hasta la cultura popular– guía toda la programación de los medios de comunicación comunitarios. El periodismo comunitario abarca las temáticas referentes al arte (música, cine, artes plásticas, etc.), pero da el mismo valor a la expresión artística popular –que se visibiliza a través de la artesanía, las fiestas, los valores, las formas de sentir y pensar de las personas y de las sociedades–, sin ridiculizarla o sobredimensionarla.

Con todo esto, los dos enfoques tienen un proyecto futuro importante: volver a darle la trascendencia que tiene la cultura como generadora de conocimiento y eso se logra creando nuevas estéticas y narrativas y especializando a sus periodistas tanto en las temáticas de las artes formales como de la cultura popular. Cuando el reportero no está capacitado para esa labor, produce información cultural sin atractivo y termina subordinada a la información, política, económica o deportiva.

Por eso, como afirma Emy Armañanzas (1999), “el objetivo prioritario para satisfacer honestamente al público es que una determinada firma que escribe en un periódico¹¹⁸ tenga al público perfectamente informado de lo que ocurre en torno a la cultura, interprete correctamente ese acontecer, enjuicie con conocimiento de causa y dé su opinión sobre su significado”.

De acuerdo con este contexto, el periodismo cultural se define como un enfoque que canaliza la información relacionada con la cultura, le da un tratamiento homogéneo como especialidad en un medio de comunicación y transmite la información con el fin de que llegue a los consumidores habituales de otro tipo de noticias. Para ello, el reportero se vale de pautas de producción y mecanismos de narración propios (Rodríguez, 2006: 10).

Lamentablemente, las noticias culturales que hoy llegan a las personas no se dan en forma neutra como lo sugiere la anterior definición. La sección de cultura ha sido desplazada por las notas políticas, de sucesos, económicas o deportivas, hasta situarla en un punto marginal de la programación de los *media*. Y el tratamiento a esa información carece de contexto y en muchas ocasiones es mezclada con noticias de farándula o del corazón, lo cual termina por volverla superflua. Además, lo que se destaca de la cultura no siempre obedece a criterios de calidad sino a las lógicas mercantiles que convierte a la expresión cultural en un producto que debe venderse, “y lo hace a través de la cultura de la distracción y el entretenimiento, cuando no de la banalidad, convirtiendo a la cultura en un mecanismo de evasión y no en un espacio de enriquecimiento intelectual y de sensibilidad” (Rodríguez, 2006: 14).

El periodista también se ve enfrentado a dos problemas para el manejo de la información cultural. Una de ellas tiene relación con la dificultad que experimenta para ilustrar información sobre literatura a través de un medio audiovisual, situación que no ocurre tanto con otras expresiones que sí poseen imágenes y sonidos como la música, el teatro, el cine. Y la otra, se refiere a la incapacidad de definir los parámetros para valorar los hechos culturales en un medio de comunicación, pues

118 Hay que establecer una diferencia entre el periodista cultural y el crítico. Al primero le interesa divulgar la actividad artística, cultural que se expresa en la sociedad, en tanto que al segundo se le exige una clara y fundada interpretación de las expresiones culturales sobre las que ejerce su crítica.

hay que tener en cuenta que lo que es noticia para la economía, los sucesos, la política, el deporte, depende de lo imprevisible, sorprendente o extraordinario, mientras que para la cultura los criterios son diferentes: debe primar la gratificación, el conocimiento y los valores que los hechos culturales promueven en la sociedad.

Con base en estos criterios, Francisco Rodríguez Pastoriza (2006: 81-86) menciona los factores que, a su juicio, influyen en la consideración de “noticiabilidad” de un hecho informativo relacionado con la cultura:

- *Interés informativo*: se trata de aquello que afecta a la audiencia o de lo que tiene mayor necesidad informativa. En el ámbito de la cultura, ese interés se rige por el del servicio o de satisfacción que a la audiencia le puede proporcionar el conocimiento de la información de un hecho cultural.
- *Actualidad/reactualización*: se trata de la vigencia o presencialidad temporal que el hecho informativo cultural tiene en el momento de la emisión/recepción.
- *Novedad o rareza*: en el ámbito de la cultura es habitual incorporar noticias cuyo interés reside exclusivamente en la excepcionalidad de las imágenes que aportan y que, de no existir éstas, nunca hubieran figurado como noticias o en el programa. También se pueden incluir en este apartado los ya señalados comportamientos heterodoxos, rebeldes, sorprendentes o inesperados de los protagonistas de la información cultural¹¹⁹.
- *Utilidad*: el servicio público es una de las características más marcadas de la información cultural, sobre todo cuando se trata de orientar a los lectores o a la audiencia acerca de las alternativas para el empleo y el enriquecimiento del tiempo libre.
- *Conflictividad*: la información cultural abarca los choques de intereses entre personas, instituciones o grupos sociales, así como reclamaciones de derechos de autor, valoraciones y/o autenticaciones de obras culturales, polémicas literarias y artísticas, concesiones de

119 Sin embargo, en este factor es preciso aclarar que en la información cultural no se debe hacer hincapié en este tipo de conductas, porque una información reiterada en ellas puede influir en que los rasgos de carácter de un artista pasen a un primer plano, en lugar de valorar su obra de arte o producción intelectual.

premios, piratería de productos culturales, robos de obras de arte¹²⁰ y especialmente los diferentes criterios de la crítica ante una misma obra cultural.

- *Emotividad*: la utilización de fotografías en los medios impresos, así como la de músicas, imágenes y efectos sonoros en los medios audiovisuales para reforzar los efectos estéticos o para dramatizar los contenidos informativos, facilita la provocación de emotividad de las audiencias.
- *Proximidad*: la relación de cercanía con los receptores de la noticia está también presente en la información de la cultura.
- *Familiaridad, prominencia, celebridad*: relacionado con el epígrafe anterior, se trata ahora de la proximidad afectiva con personas, grupos e instituciones. En la práctica se trata de promocionar, incentivar y destacar la labor de artistas y cultores.
- *Entretenimiento*: la inclusión de géneros como espectáculos y variedades genera en esta área el interés por la información cultural¹²¹.
- *Disponibilidad/accesibilidad*: tiene que ver con las peculiaridades que tiene en la información cultural, la capacidad de aproximación de los informadores a las fuentes.
- *Duración y extensión*: la extensión y la situación en la página de la noticia en los medios impresos, así como los tiempos de duración en radio y televisión, constituye un importante factor de valoración.
- *Situación y orden de emisión*: en la información cultural, la frecuencia de terminar los programas informativos y los telediarios con noticias del ámbito de la cultura persigue casi siempre el efecto relajante de un final feliz.
- *Enfoque*: todas las informaciones, también las culturales, pueden tener varios puntos de enfoque, de desarrollo de sus contenidos. De este enfoque depende muchas veces desde su interés y atractivo hasta la propia aceptación de la noticia.

120 Nosotros creemos que al difundir noticias sobre robos de obras de arte y temas conexos relacionados con actos punibles, se corre el riesgo de transformar la información cultural en información de orden público o sucesos.

121 Es necesario, no obstante, que el periodista delimite con precisión la información cultural de entretenimiento de la información de farándula o del corazón. En caso de que no lo haga se suele correr el riesgo de convertir los hechos culturales en hechos triviales y superficiales que en nada aportan al conocimiento del público.

- *Imagen*: en los medios impresos, la utilización de fotografías para acompañar noticias culturales eleva el rango de importancia que se les concede a éstas. En la radio, el sonido ambiente llevado a un papel protagonista de la información actúa muchas veces como una verdadera “imagen” de los contenidos informativos. En cuanto a los medios audiovisuales, las noticias culturales con más probabilidades de ser incluidas en un informativo de televisión son aquellas que disponen de imágenes para ser ilustradas.
- *Empresa*: los intereses comerciales, económicos e ideológicos de la empresa informativa, influidos por la demanda de los lectores y la audiencia y la situación competitiva del mercado, es otro de los criterios que deben ser tenidos en cuenta por los medios audiovisuales y escritos a la hora de elaborar la información cultural.

El periodismo comunitario tiene unos rasgos que le dan identidad propia en lo concerniente al tratamiento de la información cultural, por varias razones: (1) el empoderamiento de las comunidades para el manejo del medio de comunicación, lo cual produce unas nuevas estéticas y estilísticas narrativas; (2) la importancia que desde lo comunitario se le da fundamentalmente a la cultura popular, sin obviar las artes formales si son llevadas al terreno de la comprensión e interpretación de las comunidades; (3) el papel que se le asigna al periodista comunitario como impulsor y promotor de la creación artística de las personas en el ámbito cultural y mediático y (4) el carácter no estrictamente lucrativo del medio en poder de las comunidades.

En este orden de ideas, el periodismo comunitario debe ceñirse a unos criterios informativos para enlazar la actividad cultural con la actividad de las comunidades. Estos criterios son:

- El periodista comunitario debe elaborar y promover la elaboración de información cultural local que resalte los valores comunitarios, el talento de las gentes y recupere las voces y relatos de las personas que sirven para conocer la historia y tradiciones propias.
- El periodismo comunitario no aborda el tema de las artes formales como algo fino y diferenciador social, sino que lo lleva al espacio de lo público y facilita su comprensión e interpretación como un bien colectivo.

- El periodismo comunitario trata las actividades lúdicas, como las fiestas, los carnavales y bazares, como expresiones populares que le dan el aspecto singular a las comunidades, pues gracias a ellas es posible conocer sus tradiciones y costumbres. Pero también critica aquellas manifestaciones -como las peleas, las agresiones- que, guareciéndose en el paraguas del entretenimiento y del tiempo libre, generan antivalores que atentan contra la cohesión y la convivencia social.
- El periodismo comunitario también cubre las situaciones conflictivas que se generan en las comunidades producto de choques culturales y de convivencia, pero se vale del diálogo y la concertación para que el resultado de estas situaciones cree nuevos espacios para la tolerancia y el entendimiento.
- El periodismo comunitario puede hacer un llamamiento a las instituciones de distinta índole, especialmente las de fomento a la cultura, para que dirijan sus políticas y acciones al estímulo y comprensión de las diversas expresiones artísticas que son captadas o se originan en las comunidades.
- Toda la producción del periodista comunitario tiene una orientación cultural, entendida como la promoción y fortalecimiento de los valores que cohesionen a la comunidad.

8.4.2 Periodismo comunitario/periodismo educativo

Resulta casi improcedente deslindar o comparar el periodismo comunitario del periodismo educativo, puesto que este último hace parte de la esencia misma de la construcción de medios de comunicación desde la perspectiva comunitaria. Sin embargo, sí se puede hacer una aproximación para describir los puntos de complementariedad y de sutil diferencia entre los dos conceptos.

Del periodismo educativo se puede decir que es un enfoque del periodismo especializado que pretende informar sobre todas las áreas del ámbito educativo de una manera más profesional, que suscite el interés y revalore el campo de la formación como un aspecto imprescindible para el desarrollo de los pueblos. El periodismo educativo también se concibe en el marco de la “educación para toda la vida”, como original-

mente lo expresa la UNESCO, que no es otra cosa que apoyar procesos de formación a toda la ciudadanía en todo momento, sin importar edades, ni condiciones socioeconómicas.

El periodismo comunitario se alimenta de la misma línea, es decir, si todos los escenarios y tiempos de la vida son potencialmente educadores, la labor periodística desde lo comunitario funda toda su producción (en la prensa escrita, radio, televisión o los nuevos medios) en la formación de las personas, no sólo divulgando contenidos académicos, sino también promoviendo valores clave para la sociedad. Las ideas expuestas tienen sentido en la medida en que se identifican los fundamentos del periodismo educativo, por eso es menester conocerlos y relacionarlos con las potencialidades que tienen los medios comunitarios para hacerlos trascendentes.

A partir de mediados del siglo xx se viene hablando del periodismo educativo. En esa época se refería exclusivamente al tratamiento de la información educativa aparecida en los diarios y, luego, se le vincula con la información publicada en revistas académicas y boletines. Hoy todavía se le concibe desde esos enfoques y desde la posibilidad de encargarse de las actividades pedagógicas, en las que se incluye lo escolar y educomunicativo.

Así las cosas, es factible acercarse a una definición del periodismo educativo, como la que señala Guillermo Raigón Pérez de la Concha (1999). Para el autor “es, antes que nada, producción y distribución de mensajes informativos de actualidad que logren interesar a un público determinado. El contenido de tales mensajes es la vida humana haciéndose en todas partes y bajo todas las circunstancias”. “La vida humana” como contenido esencial de los mensajes, connota concebir toda la evolución del ser humano con disponibilidad para aprender.

La UNESCO lo corrobora al vincular la “educación para toda la vida” con la noción de “sociedad educativa”, en la que

todo puede ser ocasión para aprender y desarrollar las capacidades del individuo tanto si se trata de brindar una segunda o tercera ocasión educativa o la de satisfacer la sed de conocimientos, de belleza o de superación personal como de perfeccionar y ampliar los tipos de formación estrictamente vinculados con las exigencias de la vida profesional, comprendidos los de formación práctica (Raigón, 1999).

Esta cita, además, deja entrever que la responsabilidad de educar y transmitir el conocimiento no es sólo de las escuelas, universidades e instituciones escolares públicas y privadas. También lo es de los medios de comunicación, para lo cual se requiere que los periodistas adopten las competencias necesarias para llevar a cabo esta misión.

Lamentablemente lo que evidencia la cotidianidad es que la información educativa se ha limitado a mostrar los factores anecdóticos y rutinarios de la vida escolar, como las huelgas de profesores, los conflictos entre docentes, estudiantes, padres de familia y la sociedad misma, dejando de lado otros hechos más profundos que contribuirían a revalorar el sistema educativo, a evitar la descolarización psicológica de los estudiantes y a recuperar el rango de profesionalidad de la docencia (Raigón, 1999). Por ello la información educativa en esencia tiene que contemplarse como una actividad periodística cuyo objetivo es el de contribuir a que la sociedad conozca objetivamente, de forma veraz, sin presiones partidistas, ni fobias, ni filias, lo concerniente a los ámbitos de la educación, enseñanza, formación, cultura reglada, no reglada, en todos los niveles académicos y etapas de la vida (Bartolomé, 2005: 10).

El campo de acción del periodista educativo, por tanto, tiene que extenderse a las áreas profesional, técnica y pedagógica. Se entiende el área profesional como la información publicada en la prensa (gacetillas, problemas institucionales, huelgas) y los boletines gremiales y periódicos gremiales que se utilizan para informar a sus afiliados sobre políticas, orden interno, elecciones, para la cual se necesita la competencia de periodistas profesionales. El área técnica abarca el ámbito universitario donde se confeccionan revistas académicas que contienen ensayos, artículos científicos, la organización de congresos, destinadas a grupos específicos como profesores, profesionales y alumnos. El área pedagógica incorpora el concepto de periodismo en la educación, esto es, la aplicación del periodismo como recurso pedagógico mediante la vinculación de los medios de comunicación en el ámbito educativo (alcances, críticas y funcionamiento de éstos) y el desarrollo del periodismo escolar, entendido como el uso pedagógico de los contenidos periodísticos y la aplicación de sus géneros en talleres de redacción.

Donaciano Bartolomé Crespo (2005: 15) menciona algunas características que debe tener la información educativa para que sea conside-

rada de calidad y especializada, de las cuales se destacan las siguientes:

- Ser innovadora tanto en lo referente a los contenidos como a las fuentes, los medios, los destinatarios y la presentación.
- Conectar con todos los públicos a quienes se dirige este tipo de informaciones.
- Hacer atractivas las noticias mediante la abundancia de ilustraciones, caricaturas, fotografías, etc.
- Buscar temas originales dentro del mundo de la educación y la enseñanza e innovar en los temas y en las fuentes informativas que se emplean.
- Informar de otros temas vinculados más o menos directamente con esta sección y a los que se suele dejar de lado como el cine, el teatro, todas las actividades relacionadas con el ocio, el tiempo libre y la cultura.
- Buscar investigaciones novedosas en lo referente a la educación, abandonando así los repetitivos temas que se suelen utilizar.

En este contexto, el periodista educativo realiza diversas funciones, como verificar que efectivamente se cumple el derecho a una educación formal de calidad y si la escuela realmente avanza en el objetivo de formar ciudadanos de bien y de responder a los requerimientos de la nación y de la sociedad en general. De igual manera, es el encargado de difundir los logros educativos sin sectarismos y tergiversaciones maliciosas, para “detener la creciente sensación de que estamos sumidos en un caos cada vez mayor, del que ciertas fuerzas desconocidas y poderosísimas tienen la clave de su interpretación y gestión” (Raigón, 1999). Este último autor señala, igualmente, los conocimientos de los que ha de disponer un periodista para afrontar con éxito los propósitos informativos:

- Revisión de las fuentes del periodismo a la luz de los de la educación para toda la vida.
- Nociones de historia de la educación: ideales pedagógicos y prácticas docentes, discentes e institucionales.
- Protagonistas de la educación contemporánea: profesionales (docentes o no), alumnos, padres y sociedad civil.
- Fuentes del periodismo educativo (entre las documentales, las de programación, especialmente).

- Nuevos canales para la información educacional: agendas de noticias especializadas, internet, radio y televisión temáticas.
- Dimensiones estéticas y políticas de la información educacional: el periodista ante una democracia que pretende garantizar un estado del bienestar en el que se incluye la educación inicial y continua. Concepto de calidad en la educación.
- Construcción de la agenda mediática sobre educación: introducción a métodos de observación de este temario.
- La educomunicación: alfabetización mediática y usos didácticos de los medios. Misión de los periodistas en las instituciones educativas: observación y asesoramiento (incluida la formación del personal alfabetizador).

De acuerdo con los fundamentos del periodismo educativo se deduce que el periodismo comunitario se puede constituir en un aliado de las diferentes áreas de la educación. ¿De qué forma? Teniendo en cuenta la vocación educativa de los medios comunitarios. Así mismo, en la producción periodística en temáticas noticiosas, culturales o de entretenimiento, por ejemplo, debe subyacer la intención educadora. En caso de que el reportero comunitario tenga que registrar un accidente o graves alteraciones de orden público (sucesos), el tratamiento de ese hecho debe alejarse de lo sensacionalista, anecdótico o amarillista para extraer una lección que sirva para que situaciones como esas no se vuelvan a presentar o, al menos, que ocurran con menos frecuencia.

El periodismo comunitario también tiene la propiedad de servir como profesión que crea y fortalece la integración de la comunidad escolar. Es decir, si en la educación intervienen padres de familia, estudiantes, profesores, profesionales y la sociedad en general, los medios de comunicación comunitarios y quienes allí trabajan deben velar porque, por un lado, la información que se transmita represente los intereses y expectativas de estos sectores y, por otro, se logre la participación activa de los colectivos en todo el proceso de producción mediático, bien sea en la radio, la prensa, la televisión o internet. En otras palabras, el periodista comunitario tiene la misión de incentivar el conocimiento de los medios en las aulas y de propiciar las condiciones académicas para que desde la escuela se les aprenda a manejar, con lo cual se lograría que

la información institucional escolar trascienda a públicos cada vez más grandes y diversos.

El periodismo y los medios comunitarios tienen otra aplicación enfocada a crear otras estéticas y formatos para la divulgación de información educativa. Si en los medios tradicionales las conferencias, los logros académicos, las realizaciones de la comunidad estudiantil cuentan con poco espacio y tiempo, en los medios comunitarios se les puede dar mayor despliegue y creatividad para que la formación que se quiere proyectar llegue con interés y profundidad a la audiencia.

8.5 Periodismo comunitario/periodismo de calidad

El periodismo comunitario debe aspirar a ser periodismo de calidad y, para ello, debe definir indicadores de excelencia que le permitan abordar la información comunitaria con profesionalidad. Pero si el periodismo comunitario no define sus fronteras con otros enfoques periodísticos, y si éste se desarrolla como una actividad marginal, podría desaparecer o, en el mejor de los casos, transformarse en un periodismo estándar, propio de los medios comerciales.

El periodismo de calidad le aporta principios informativos para el desarrollo general de la profesión, pero le corresponde al periodismo comunitario aplicarlos en el ámbito de actuación económico, político y cultural de la comunidad. Los principios son los que siempre se han repetido en las universidades, en los congresos de comunicación social, pero que en la práctica muy pocas veces se traducen en informaciones de calidad. Es decir, esas informaciones carecen de veracidad, actualidad, interés público, comprobación, contraste de fuentes, pluralismo y rigor (De Pablos & Mateos, 2004: 341).

El periodismo de hoy se encuentra contaminado por las presiones mercantiles del mercado, la ausencia de controles y la escasa formación de los reporteros. Por consiguiente, no puede dar respuesta a un periodismo comunitario de calidad. El problema para el periodismo comunitario radica en que tiende a copiar las rutinas de un periodismo comercial, orientado más a obtener rápidos rendimientos económicos que a formar ciudadanos.

Para superar este error De Pablos & Mateos proponen un mayor

acercamiento entre el periodista y la sociedad, no sólo para conocer qué es lo que quiere la audiencia sino para contar con la participación de ella en el control de los medios de comunicación social, de modo que éstos cumplan con el mandato de ser plurales, rigurosos, plenamente responsables de lo que dicen o dejan de decir y bien documentados. Los mismos autores señalan que la audiencia, por su parte, demanda algunas acciones del periodista, para que las informaciones que produzcan sean de excelencia. Estas son:

- Que cuenten lo que ven o lo que les dice quien lo vio o lo sabe. Y que lo hagan con respeto hacia los intérpretes de los hechos. Hacia el periodismo, en suma.
- Que si no lo entienden, lo analicen, lo estudien, lo contrasten, lo fundamenten, lo consulten. Se aclaren antes de transmitirlo.
- Que procuren consultar con quien está capacitado, reconocido y autorizado por sus conocimientos y su demostrada fiabilidad (especialistas, estudiosos, expertos, institutos, bases de datos, etc.).
- Que cuando cuenten lo que les cuentan digan expresamente quién se los ha contado. No vale la fuente anónima sin más.
- Que si no pueden decir quién se lo ha contado, digan por qué no lo pueden decir.
- Que cuando sólo cuenten lo que les ha contado una fuente, lo adviertan, adviertan que están ofreciendo una versión, no una verdad fruto del cruce de varias versiones.
- Y que cuando quien les informa a ellos tiene intereses en lo contado, los expresen, detallen esos intereses (De Pablos & Mateos, 2004: 345).

El *Project for Excellence in Journalism* de la Universidad de Columbia de New York (2001) se une a ese sentir al establecer cinco criterios para que el periodismo se convierta en producto de calidad que sea apreciado por el público. Estos criterios son: (1) mayor cobertura de la comunidad, (2) mayor elaboración, profundidad y esfuerzos periodísticos, (3) mejores fuentes, (4) mayor número de noticias largas y menor de noticias cortas, (5) contratar más periodistas y darles más tiempo para su trabajo.

Para Mariano Cebrián (2003: 66), el periodismo de calidad debe

transitar de un periodismo de información a uno interpretativo, porque el primero

aborda las noticias en su aspecto aislado, como unidad nuclear, sin relaciones con otras noticias; se exponen los hechos y datos de actualidad sin referencia a otros”“(...) Sin embargo, en este estadio es informar a medias, no es contar toda la complejidad del hecho; es una información parcial y, por tanto, con múltiples riesgos de desinformación ya que no aporta datos de vinculaciones.

En cambio con el segundo, con el periodismo interpretativo, se relacionan unos hechos con otros, se les brinda mayor contextualización mediante una profundización de las causas, previsión de las consecuencias, documentación sobre antecedentes, situaciones similares, lo que genera una visión más integral y completa del fenómeno noticioso. Cebrián enfatiza que no se debe confundir interpretación con opinión, puesto que la interpretación se hace a un nivel de análisis de hechos, de datos, y se queda en la exposición de los mismos sin sacar conclusiones o aportar la visión personalizada.

Otro factor que obstaculiza la realización de un periodismo de calidad es el trabajo dependiente de las fuentes formalizadas, como los gabinetes de prensa, desde los cuales se organiza la información para que sea publicada por los medios de comunicación. El mal no proviene de la existencia misma de los gabinetes de prensa, puesto que éstos sólo dan pistas para que el reportero termine de rastrear y profundizar la noticia, sino de la mala costumbre que ha asumido el periodista –alcahueteado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, y presionado por el tiempo y los ínfimos salarios- de transcribir los datos tal cual aparecen en el boletín de prensa, sin detenerse a reflexionar sobre esa información para ampliarla, contrastarla y, de esa forma, ofrecer a la audiencia un producto informativo de excelencia.

Ante este panorama y con miras a sentar las bases para un periodismo de calidad, De Pablos & Mateos (359-365) proponen avanzar en la ejecución de una estrategia, cuyos pilares fundamentales son: (1) las etiquetas de calidad; (2) los consejos de calidad informativa; (3) los observatorios de medios; y (4) la activación de los lectores.

Con **las etiquetas de calidad** buscan controlar tres índices de los aspectos que frecuentemente resultan invisibles: el *índice laboral*, me-

diante el cual se mediría las condiciones de las plantillas de redacción (número suficiente, productividad adecuada, cualificación profesional actualizada, especialización acorde con los contenidos de la publicación, normas, conflictividad laboral, salario justo, turnos y jornadas de dedicación racionales y vacaciones y tiempo libre del personal del medio homologables). El *índice periodístico*, con el que se mediría la calidad de las informaciones (pluralidad de fuentes actualizadas y citadas, frecuencia de uso de fuentes corporativas, uso de bases documentales primarias, porcentaje de temas propios, grado de cumplimiento normativo, porcentaje del periodismo de investigación, libertad de la redacción de sus cometidos, continuidad de las informaciones ofrecidas y grado de corrección lingüística). El *índice empresarial*, que contabilizaría el papel del empresario ante la información (composición de interés accionariales insertados en el diario, cuenta de resultados publicada y bien a la vista, no escondida; datos de distribución y ventas expuestos a los lectores en el propio periódico).

Con **los consejos de calidad informativa** pretenden regular la calidad de lo que en el mercado editorial circula como periodismo. Estos consejos estarían compuestos por especialistas independientes que van a controlar –por y para el público– si el medio de comunicación cumple con un periodismo de excelencia. Entre sus funciones tendrían las de analizar los productos, averiguar los elementos que se emplean en el proceso de elaboración, vigilar el cumplimiento de las normas éticas y de autorregulación, hacer análisis comparativos de medios, medir los indicadores de calidad.

Con **los observatorios de medios** plantean el funcionamiento de asociaciones de especialistas, con intervención libre de la audiencia concienciada del valor primario de los medios informativos e interesados por la permanencia de la prensa de calidad. Los fiscales son los encargados de dirigir los observatorios y de emitir informes sobre el desenvolvimiento de los medios de comunicación, luego de un análisis exhaustivo de sus contenidos. Estos informes se colgarían en un sitio electrónico para que sea consultado libremente tanto por las periodistas y empresas periodísticas objeto de fiscalización como por todas las personas interesadas en ello.

Con **la activación de los lectores** piden incorporar a la audiencia a

nuevas líneas de activismo mediático, que deben ser propuestas por las empresas periodísticas o por los observatorios de los medios. Operarían mediante la realización de foros de discusión sobre tratamientos noticiosos, red de usuarios de correos electrónicos por donde se difunden observaciones a las informaciones publicadas en distintos medios de comunicación.

El periodismo comunitario comparte en gran medida esos criterios para la obtención de un periodismo de calidad, sin embargo, por su naturaleza comunal es necesario identificar y clasificar otros indicadores que permitan el logro de la excelencia en las informaciones y acciones que se emprenden entre un medio de comunicación comunitario y las comunidades. Uno de ellos podría medir la calidad, cantidad y líneas de participación de la comunidad en todo el proceso de producción de los *media* comunitarios, es decir, si intervienen como emisores-productores, creando opinión, controlando o debatiendo sobre los temas planteados. Asimismo, sería oportuno medir hasta qué punto la gestión comunitaria favorece alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para la resolución de problemas concretos que afectan a los colectivos.

En materia de fuentes, sería importante medir con qué grado y relevancia aparecen fuentes como líderes comunales, organismos sociales, culturales y educativos. Y en términos de contenidos, valdría evaluar hasta qué punto los contenidos elaborados por los periodistas tienen la orientación educativa y cultural que se les asigna a los medios de comunicación comunitarios, para la formación ciudadana, la promoción de la convivencia y el fortalecimiento del activismo y la organización social.

8.6 Periodismo comunitario/periodismo alternativo

El periodismo comunitario y el periodismo alternativo comparten el interés de dar protagonismo a las personas, no sólo para valorar su propia realidad política, económica y social sino también para emplear los medios de comunicación para el cumplimiento de unos objetivos determinados. De hecho, los dos periodismos se esmeran por otorgar un papel equitativo a emisores y receptores en el proceso de la comunicación, lo cual significa que el receptor asuma con mucha frecuencia el rol de

emisor. No obstante, el periodismo alternativo tiene algunas peculiaridades que se desprenden de la coyuntura histórica (1970-1980) en que nacen y evolucionan los medios alternativos. Entre ellas podemos citar las siguientes:

- El periodismo alternativo pretende concienciar a las personas sobre sus problemas y la situación que ocupan en la sociedad, ofreciéndoles en algunos casos pautas para la acción bajo el prisma de los movimientos contestatarios y con la ayuda de los modernos medios de comunicación.
- Este estilo se desarrolla desde el periodismo contestatario, de ahí que su pretensión sea la de despertar una conciencia crítica en las personas a partir del análisis y producción de la información.
- El periodismo alternativo funge en ciertas ocasiones como un periodismo de propaganda política orientado a denunciar los discursos dominantes, aunque también dota a los colectivos de herramientas conceptuales y prácticas para la resolución de problemas.

Según Don Hazen (2007: 49-52) en *The Grassroots Discussion Panels at the 2007 ICA Conference*, es difícil lanzar una definición sobre *periodismo alternativo*, sin embargo, se atreve a decir que es la presentación de hechos, opiniones, y narrativas influidas por un determinado punto de vista y distribuidas por canales no corporativos. Para el autor la importancia de este tipo de periodismo radica no tanto en establecer una definición estándar, sino en comprender que el desafío actual consiste en identificar el campo, alcance e impacto de las diversas facetas del periodismo alternativo de hoy, entender cómo ha cambiado con el advenimiento de internet y valorar cuál ha sido el efecto de los cambios de los medios de comunicación sobre el potencial del periodismo alternativo, y su influencia sobre el cambio social.

Nosotros consideramos que la influencia de internet y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, así como la globalización y la explosión de renovados y dinámicos movimientos sociales, han contribuido a que se dé una transición del periodismo alternativo hacia el periodismo comunitario.

Desde este marco de referencia, el periodismo comunitario pese a que también despierta la conciencia crítica de las personas para el cono-

cimiento de su entorno, trata de que la comunidad adquiriera una comprensión amplia de los fenómenos económicos, políticos y culturales, sin las limitaciones que muchas veces impone una ideología, así no sea ésta la dominante. Por eso, este estilo se enmarca más en un periodismo interpretativo -en el que se realizan conexiones entre unos hechos y otros- más que en un periodismo crítico y contestatario. Este periodismo se preocupa por estar *en* y *con* la comunidad no sólo para diagnosticar problemas sino, fundamentalmente, para promover acciones que sirvan para la búsqueda del desarrollo humano sostenible desde lo local, con el apoyo de los medios de comunicación manejados y gestionados por las comunidades.

El periodista comunitario ante todo busca un diálogo útil entre las comunidades y entre éstas y las instituciones de diversa índole, para que en forma conjunta se lleguen a soluciones reales y efectivas a las necesidades sociales. Por último, el periodismo comunitario tiene una vocación formadora en el sentido de desarrollar las capacidades expresivas de la gente, y de fomentar en ella el análisis de los mensajes y la producción de contenidos audiovisuales que tengan una orientación educativa y cultural.

9 Propuestas para la televisión y periodismo comunitarios

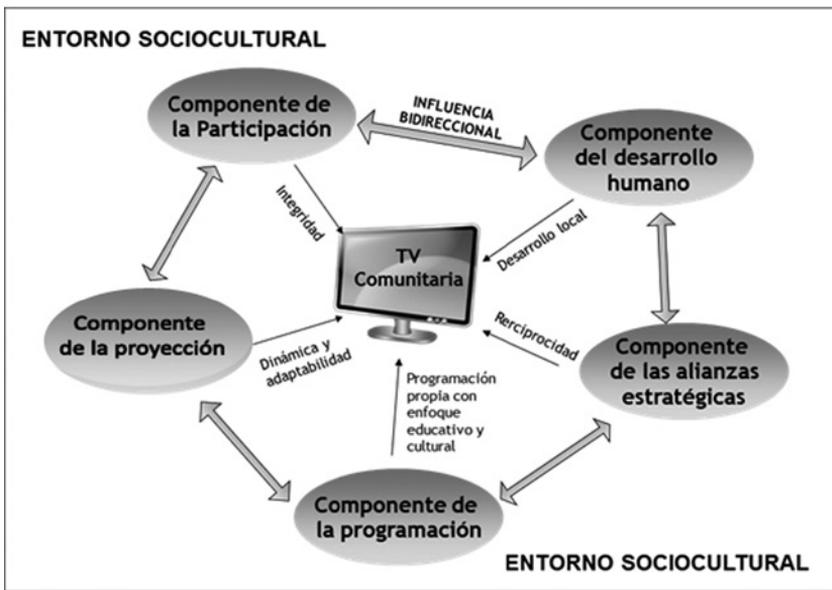
La propuesta que hacemos toma como base los resultados presentados a lo largo de nuestras investigaciones sobre la televisión comunitaria de Colombia y el desarrollo humano (Angulo, 2008) y, así mismo, los aportes que diversos autores han realizado en torno a los medios de comunicación comunitarios. La sistematización de toda esa información ha hecho posible la identificación y articulación de un modelo y una serie de componentes y valores en los que se fundamenta la televisión y periodismo comunitarios para que funcionen con criterios de calidad, se inserten en proyectos que colaboren en el mejoramiento de las condiciones de vida de la población y tengan en cuenta realidades sociales como la globalización, la influencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el surgimiento de renovados movimientos sociales que abogan por la equidad de género, el pacifismo, la conservación y preservación de los recursos naturales, entre otras reivindicaciones. En consecuencia, esta propuesta se articula en torno a (1) un modelo de tv comunitaria y (2) los fundamentos del periodismo comunitario.

1. **Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano:** está constituido por los componentes de la participación, desarrollo humano, programación, alianzas estratégicas y la proyección por medio del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).
1. **Periodismo comunitario:** aquí se estudian los fundamentos para un periodismo comunitario de calidad.

9.1 Propuesta de “Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano”

La televisión comunitaria posee unas características que le dan personalidad propia y, por tanto, permiten distinguirla de otras televisiones. Las características se pueden dividir en cinco componentes de la televisión comunitaria: el *componente de la participación*, el *componente de la programación*, el *componente de las alianzas estratégicas*, el *componente del desarrollo humano* y el *componente de la proyección*.

Ilustración 29. Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano



Fuente: elaboración propia

Cada uno de estos componentes influye directamente sobre la televisión comunitaria para que ésta cumpla con su filosofía y funciones. El *componente de la participación* implica que la comunidad participa de forma integral en la televisión comunitaria, a través de las fases denominadas de *acceso*, *intervención activa*, *autogestión* y *formación*.

En el *componente de la programación*, la televisión comunitaria actúa como productora de programas propios, con una orientación educativa

y cultural. Con ello se pretende que dicha orientación sea la base para la construcción de un lenguaje propio y sirva para obtener de las audiencias una rentabilidad social y no estrictamente económica. La rentabilidad social de las audiencias supone que los telespectadores cambien su forma de pensar, comprendan de manera amplia los fenómenos culturales, políticos y económicos y actúen como comunidad en el mejoramiento de la calidad de vida o en el cumplimiento de indicadores de desarrollo humano.

En el *componente de las alianzas estratégicas*, se pretende que la tv comunitaria establezca relaciones de cooperación con la sociedad civil y las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, con el objeto de sumar y coordinar esfuerzos que conduzcan al bienestar social. Estas alianzas se basan en la reciprocidad de compromisos y acciones entre las partes comprometidas (tv comunitaria y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales), para la consecución de objetivos legítimos.

En *el componente del desarrollo humano*, la televisión comunitaria tiene en cuenta los principios del desarrollo humano (endógeno, sostenible y democrático) y los lleva a la práctica mediante la potenciación de las acciones locales, esto es, estimulando las capacidades de la comunidad para liderar y realizar cambios estructurales de beneficio común.

En *el componente de la proyección*, la televisión comunitaria aprovecha las ventajas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), para (1) darse a conocer nacional e internacionalmente y, de esta forma, facilitar la consecución de alianzas estratégicas; (2) fortalecer la participación de la comunidad a través de mecanismos interactivos; y (3) ofrecer servicios de valor agregado si cuenta con la red adecuada y con la autorización de la autoridad competente. La televisión comunitaria también se proyecta efectuando programas de formación en alfabetización en medios en escuelas, y facilitando –cuando se pueda– su personal e instalaciones para la realización de actividades programadas por la comunidad.

9.1.1 El componente de la participación

El *componente de la participación* es el que más identidad le imprime a la televisión comunitaria. Si bien la televisión en general tiene la ca-

racterística intrínseca de buscar la participación del televidente, en la televisión comunitaria la participación es integral y consiste en que la gente intervenga real y efectivamente en sus procesos de organización, producción, realización, control y gestión. Mencionamos la palabra *integral* para enfatizar que la intervención de las personas se puede dar en una o varias etapas, pero lo ideal es que la participación comunitaria se lleve a cabo en todas ellas.

Las etapas que a continuación se relacionan (*acceso, intervención activa, autogestión y formación*) tienen como sustento teórico los criterios adoptados por la reunión de Belgrado en 1977 (Berrigan, 1981), las normativas y modelos¹²² de las televisiones comunitarias en todo el mundo y las conclusiones extraídas por el autor a partir de la literatura sobre el tema y de los resultados de nuestras investigaciones de la televisión comunitaria de Colombia.

Acceso

El *acceso* es una etapa relacionada con la posibilidad de que la comunidad pueda acercarse a los sistemas de información y comunicación de una manera libre y espontánea. Esta etapa presenta tres niveles: *elección, suministro y retroalimentación*. El nivel de la *elección* se constituye en la opción que tiene la comunidad de (1) ver u oír los programas que desee, seleccionados de una gama amplia de espacios que cubra sus necesidades informativas, educativas y de entretenimiento; y (2) solicitar que se transmitan los programas en los horarios que se ajusten a sus posibilidades. El nivel del *suministro* se refiere a poder obtener información, educación y entretenimiento que cumpla con las características de la veracidad, la pertinencia, la profesionalidad y la oportunidad. El nivel de la *retroalimentación* implica la existencia de (1) una fecunda y permanente interacción entre los productores y la comunidad en la definición de los contenidos, a fin de que la comunidad pueda proponer los temas o exponga problemas comunitarios de todo tipo cuya solución requiera de los servicios del sistema de televisión; (2) la participación directa del público en la transmisión de los programas bien sea en la producción técnica o a través de la opinión de sus miembros en calidad de invitados;

122 Los modelos fueron expuestos en el capítulo seis.

y (3) el derecho a formular comentarios, sugerencias y críticas de manera personal o empleando otros canales como llamadas telefónicas, cartas, etc.

Intervención activa

La intervención activa de la comunidad significa –como en la etapa del acceso– operar en tres niveles: en la *organización* o *adopción de decisiones*, en la *producción* y *realización televisiva*, y en la *planificación*.

En el nivel de la *organización* o *adopción de decisiones*, la comunidad participa en la dirección, administración, financiación y veeduría de las organizaciones de televisión comunitaria, lo que supone conocer las relaciones que éstas mantienen con los organismos estatales de control de la televisión (ministerios, comisiones, etc.) y ejercer control sobre los contenidos, horarios, recursos audiovisuales, económicos y de personal a través de la elección democrática de comités o consejos comunitarios. En el nivel de la *producción* y *realización televisiva*, se busca la creación de (1) oportunidades, sin restricción alguna, para que la comunidad (grupos o individuos), produzca y realice programas; y (2) disponga para ello de instalaciones y recursos y medios técnicos audiovisuales. En el nivel de la *planificación* la participación entraña el derecho de la comunidad a contribuir en la formulación de planes administrativos y de comunicación del canal para el fortalecimiento de la televisión comunitaria.

Autogestión

La *autogestión* es una forma avanzada de participación que supone la oportunidad y capacidad de la comunidad para gestionar recursos de todo tipo (económicos, tecnológicos, de asesoría, etc.), a través del establecimiento de alianzas estratégicas con diversas instituciones, sin que se comprometa la filosofía y el carácter de servicio público de la televisión comunitaria.

Formación

En el nivel de la *formación* la comunidad tiene derecho a disponer de ayuda profesional para llevar a cabo las funciones de producción y realización de programas, veeduría, planificación y autogestión. En cuanto a la función de producción y realización de programas, la formación debe

hacer hincapié en la creación de un lenguaje televisivo que explore nuevas formas de ver y contar los hechos mediante un enfoque educativo cultural, de acuerdo con los conocimientos previos de la comunidad, su propia escala de valores y sus necesidades de desarrollo.

9.1.2 El componente de la programación

El *componente de la programación* define las características que tienen los programas de la televisión comunitaria. De acuerdo con la normativa y modelos de este tipo de televisión en el mundo y los aportes de Martín Barbero *et al.* (2000), Cebrián (2003 y 2005), Chaparro (2002), Gumucio (2001 y 2002), Niño (2004), Pérez (1998), Pavón 2005 y Ferrés (1995), la parrilla de programación de la televisión comunitaria tiene tres características esenciales e interdependientes: la *producción de contenidos locales*, la *orientación educativa y cultural* y la *búsqueda de la rentabilidad social*.

Contenidos locales

La producción de contenidos locales y el desarrollo de un lenguaje televisivo que vea y cuente los hechos de una forma particular (el enfoque educativo y cultural) es lo que identifica a la televisión comunitaria de otras televisiones. Con los contenidos locales se resalta, primero, lo propio, lo autóctono para contrarrestar la homogenización cultural proveniente de la televisión comercial y, segundo, los temas internacionales, nacionales y regionales se contextualizan para conocer sus implicaciones en el ámbito local y comunitario.

Los contenidos locales se expresan a través de una variedad de géneros de programas y temas. En los géneros se incluyen el noticiero, el magazín, el programa de entrevistas, musicales, infantiles, comedia etc., los cuales son producidos con una participación real y efectiva de la audiencia. En los temas se cuentan aquéllos referidos al fomento de la democracia y la ciudadanía, a la conservación y preservación del medio ambiente, al fortalecimiento de la organización comunitaria, a la recuperación de la memoria histórica de los pueblos, a la resolución de los conflictos, la conservación de la salud y al fomento de hábitos saludables y los que atañen a la infancia y la juventud, entre otros.

Enfoque educativo y cultural

El enfoque educativo y cultural se entiende como los horizontes expresivos que guían toda la producción de los programas y no como simples espacios delimitados por horarios, fechas o módulos en los que se transmite información referida a la educación y la cultura. En otras palabras, la producción de magazines, noticieros y programas de entrevistas, los programas infantiles, deportivos, musicales, etc., deben tener, en esencia, un enfoque educativo y cultural.

Pero ¿qué significa orientar la parrilla de programación con este enfoque? Para responder, es necesario precisar los términos *educación* y *cultura* porque con la amplitud con que se manejan se corre el peligro de que cualquier actividad pueda encajar en los dos conceptos.

El *enfoque cultural* en la televisión comunitaria consiste (1) en rescatar y consolidar los valores individuales y colectivos que se gestan a partir de mecanismos de interacción social; (2) en reflejar esos valores en la producción de la televisión, por ejemplo, en el decorado de los plató, sin caer en la chabacanería; (3) en cultivar un campo para generar sentido público y reconocimiento como comunidad con identidad propia y, al mismo tiempo, respetuosa de la diversidad y pluralidad étnica y cultural; y (4) en fomentar la cultura de la participación en los órdenes político, económico y social.

El *enfoque educativo* tiene una función amplia en la televisión comunitaria, pero esencialmente busca coadyuvar a la formación de ciudadanos y al desarrollo de seres humanos autónomos, críticos y propositivos. Claro está que el enfoque educativo, como se anotó anteriormente, debe atravesar todo el flujo de programas y no limitarse a transmitir contenidos educativos en un programa como si fuera un módulo aislado del conjunto de la programación.

El *enfoque educativo* también adquiere otros matices. Se puede *educar en televisión* lo que supone buscar estrategias pedagógicas y didácticas para que la comunidad asuma una posición activa y crítica frente al medio. En este sentido, es fundamental acercar la televisión comunitaria a las escuelas y a la familia para que conozcan su funcionamiento y los códigos que emplea para comunicarse con el público. De igual manera se puede *educar con televisión* cuando el medio se incorpora en todas las áreas y niveles de la enseñanza para perfeccionar los procesos de ense-

ñanza aprendizaje en el aula. Cabe recalcar que la televisión comunitaria tiene una amplia experiencia en contribuir al desarrollo de procesos de enseñanza aprendizaje, a través de la emisión de *lecciones televisadas* o la producción de programas con un énfasis netamente didáctico (*telelección*), para la enseñanza de contenidos en la educación formal e informal.

Una última consideración sobre el enfoque educativo trata sobre la dimensión participativa de la televisión en los centros escolares, que no es otra cosa que vincular a los maestros, estudiantes y padres de familia en la producción y realización de espacios televisivos, y en la conformación de organismos de control –como consejos, comités y veedurías- que velan por la calidad de los contenidos y por la buena marcha administrativa y financiera del canal.

Rentabilidad social

La televisión comunitaria no tiene como objetivo único y definitivo imponerse a gran escala por encima de otros sistemas de televisión ni desatar una lucha feroz por las audiencias, transmitiendo programas de poca utilidad social que corrompan el gusto de los televidentes. Eso no implica renunciar a tener una audiencia más numerosa para que el impacto del medio de comunicación sobre su público sea más significativo. Pero ése no es su único fin.

Lo que realmente le interesa es crear *rentabilidad social*. El concepto abarca la función de la televisión comunitaria para (1) estimular una participación decidida y permanente de la comunidad en el manejo y control del medio; (2) sensibilizar a las personas sobre la importancia de cambiar viejos pensamientos y actitudes que no conducen al bienestar comunitario; (3) fomentar y resaltar las acciones comunitarias que busquen el mejoramiento de la mayoría; y (4) aunar esfuerzos con otras instituciones para que las acciones conlleven al cumplimiento de los objetivos planteados como, por ejemplo, cumplir indicadores de desarrollo humano (salud, educación, activismo social, etc.).

9.1.3 El componente de las alianzas estratégicas

En este componente se argumentan las condiciones en las que la televisión comunitaria puede establecer alianzas estratégicas con la sociedad

civil y diversas instituciones, que permitan canalizar y dar solución a las necesidades y expectativas comunitarias en temas políticos, económicos y culturales. Para ello han sido valiosos los aportes de Berrigan (1981), Beltrán (1993), Alfaro (2000), Gumucio (2007), Martín Barbero *et al.* (2000) y Ortega (2001), como también el estudio de los modelos de televisiones comunitarias en el mundo.

Este componente es relevante si se tiene en cuenta que los medios de comunicación sólo se convierten en herramientas eficaces para acometer transformaciones sociales, siempre que estén acompañados de cambios en la estructura política, económica y social de las naciones y estén articulados armónicamente a proyectos de diversa índole. En otras palabras, el trabajo aislado de un medio de comunicación tiene una repercusión limitada si no se combina con otros recursos. También se ha comprobado que la participación de la comunidad no sólo es importante porque significa reorganizar las estructuras de poder, sino porque el proceso tiene unas características muy útiles de gestión, administración y recuperación de costos.

Pero armonizar las necesidades de desarrollo y las gestiones comunitarias con la ayuda que pueden brindar los medios de comunicación y otras instituciones no es una tarea fácil. Para que se logre una aportación recíproca se requieren fundamentalmente dos condiciones: (1) *establecer relaciones de colaboración y no de imposición* y (2) *fomentar el compromiso de los actores en la planificación, las acciones y los resultados*.

Relaciones de colaboración y no de imposición

Tradicionalmente la percepción que tienen las instituciones gubernamentales y no gubernamentales y los medios de comunicación sobre las potencialidades de la comunidad, no ha sido la mejor. Algunas instituciones gubernamentales y no gubernamentales suelen percibir a las comunidades como entidades incapaces de diagnosticar su realidad y de emprender acciones eficaces para liderar proyectos y resolver problemas. Los medios de comunicación, por su parte, piensan que los integrantes de la comunidad no tienen las competencias suficientes para manejar y controlar a los *media*. Estas percepciones han terminado por generar relaciones asimétricas entre las partes mencionadas, caracterizadas por la imposición de pensamientos y acciones de las instituciones y los medios

de comunicación sobre las organizaciones comunitarias.

En el componente de las *alianzas estratégicas* es importante partir de que la comunidad tiene unos conocimientos adquiridos fruto de la experiencia del día a día, que deben ser tenidos en cuenta por las instituciones encargadas de aportar a la canalización o solución de las necesidades y expectativas de la gente. Sólo cuando existe un diálogo entre iguales es posible que la colaboración mutua o el intercambio de saberes den como resultado el cumplimiento de objetivos legítimos.

Compromiso en la planificación, las acciones y los resultados

Muchos proyectos sociales elaborados con la participación activa de las comunidades y el apoyo de las instituciones no llegan a materializarse, debido a que una de las partes no se siente comprometida. Cuando ello ocurre, el medio, concretamente la televisión comunitaria, no debe limitarse sólo a cumplir con la función de emitir contenidos, de acuerdo con los parámetros establecidos por los encargados de los proyectos. También es su función definir estrategias de comunicación que permitan producir sentido de pertenencia y cohesionar las acciones de los actores involucrados en los proyectos, para que éstos puedan desarrollarse y culminarse. Así, las relaciones con las instituciones gubernamentales y no gubernamentales pueden traer resultados benéficos para las partes. A continuación se exponen algunas consideraciones adicionales sobre la relación ideal entre la televisión comunitaria, la comunidad y los gobiernos, las ONG y los centros educativos.

a. Relaciones con instituciones gubernamentales

El vínculo que han mantenido las instituciones gubernamentales con la comunidad y los *media* ha sido más de desconfianza que de mutua colaboración. Por una parte, los organismos gubernamentales se han aprovechado de las necesidades comunitarias para manipularla, so pena de no gestionar sus peticiones o de no invertir los recursos respectivos para suplir carencias de todo tipo. Esta actitud, desde luego, es totalmente arbitraria y va en contra de la ética y los derechos ciudadanos. Por otra, es constatable que también presionan a los medios de comunicación a que transmitan información que las beneficie y omitan aquélla que daña su imagen, a cambio de contratar con ellos pauta publicitaria. Pero igual-

mente cierto es que los medios de comunicación suelen ejercer cierta presión para su propio beneficio y pueden requerir a los gobiernos para que contraten publicidad a cambio de que las instituciones tengan un trato informativo preferente.

Una alianza estratégica adecuada entre estos tres actores debe cimentarse bajo los parámetros de la confianza, la ética, el trabajo y la colaboración mutuos. Supone, entonces, que la comunidad tenga en la televisión comunitaria un instrumento que refleje sus expectativas, denuncias y prioridades de desarrollo y que sirva de puente para canalizarlas a los despachos gubernamentales que son los autorizados para destinar los recursos correspondientes.

La televisión comunitaria puede realizar seguimiento a los compromisos adoptados y fortalecer la comunicación entre las partes, antes que motivar el conflicto mediante informaciones precipitadas. Este tipo de televisión puede asignar horarios de transmisión a los programas realizados por los gobiernos, específicamente aquéllos que tengan como fin sensibilizar a la comunidad sobre campañas educativas o de salud y siempre que estén articulados a una participación amplia de la comunidad y sean sometidos al escrutinio de los ciudadanos.

b. Organizaciones No Gubernamentales (ONG)

La mediación de la televisión comunitaria entre las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y la comunidad debe basarse en la colaboración mutua, sin que una de las dos partes pierda su autonomía. Una Organización No Gubernamental puede liderar proyectos sociales, toda vez que cuenten con la participación, aceptación y adaptación a las condiciones comunitarias, y tengan un carácter sostenible. La televisión comunitaria puede abrir espacios para que la comunidad se entere de estas iniciativas y se comprometa a participar activamente en ellas siendo plenamente consciente de sus beneficios.

Las ONG pueden emplear diversas estrategias para despertar en las comunidades el conocimiento de sus derechos y brindar alternativas para que la gente se movilice en pos de la reivindicación de los mismos. Para ello, contribuyen iniciativas macro en sectores de sensibilización y educación, que pueden llevarse a cabo con el apoyo de la programación de la televisión comunitaria.

c. Centros educativos

Usualmente los centros educativos de nivel superior emplean la televisión comunitaria para enviar estudiantes en práctica o para transmitir programas institucionales que promocionan una imagen positiva de la organización educativa. Lo ideal es que los programas de comunicación social y áreas afines de las universidades se vinculen mediante cursos de formación a quienes hacen parte de la televisión comunitaria y a la comunidad misma para que el trabajo de gestión, administración y manejo del medio se realice bajo el criterio del mejoramiento continuo.

Por su parte, la televisión comunitaria puede influir para que la universidad cumpla la labor de extensión por medio de la transmisión de programas que eduquen o conciencien a los colectivos sobre la necesidad de que participen en los proyectos universitarios, siempre que se lleven a cabo con carácter democrático, sostenible y potenciando las capacidades comunitarias. La televisión comunitaria también puede llevarse a las aulas de las universidades, escuelas y colegios para que sirva como soporte a procesos de enseñanza aprendizaje en las diferentes áreas del conocimiento.

9.1.4 El componente del desarrollo humano

El desarrollo humano es el marco general en el que actúa la televisión comunitaria y, en el ámbito particular, en el desarrollo local, dado el nivel de cobertura que tiene este tipo de televisión. Aun cuando en párrafos anteriores hemos enfatizado la necesidad de aplicar el enfoque educativo y cultural (lenguaje propio de la TV comunitaria) como eje transversal de la programación, también consideramos que dicho enfoque debe tener un objetivo, un “para qué”. El objetivo, a nuestro juicio, no es otro que el de colaborar en el cumplimiento o mejoramiento de indicadores de desarrollo humano (salud, educación, participación democrática, activismo social, etc.).

Ahora bien, en aras de alcanzar una mayor precisión hemos sintetizado los elementos más importantes de los conceptos de *desarrollo humano* y de *desarrollo local*¹²³ y la forma como se incorporan al modelo de la televisión comunitaria.

123 Los enfoques del desarrollo humano y desarrollo local se expusieron en la primera parte de este libro.

El desarrollo humano

La versión moderna del enfoque del desarrollo humano ha contado con los notables aportes de Amartya Sen (2000) y de los Informes de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que se vienen publicando desde el año 1990. No obstante, para la adaptación de los enfoques de *desarrollo humano* y *desarrollo local* en la TV comunitaria igualmente han sido importantes las contribuciones de la CEPAL (2001), Black (2003), Niño (2004), Escobar (1996), Pérez (1998), Rist (2002), y nuestros estudios sobre este tipo de medios.

El *desarrollo humano* se constituye en una nueva tendencia que concibe el progreso, no simplemente como una tarea orientada al crecimiento económico y a la acumulación de bienes, sino como un camino tendente a la consecución de objetivos sociales y al fortalecimiento y promoción de las capacidades del hombre. Por eso enfatiza el logro de variables cualitativas (salud, educación, etc.), y no exclusivamente de variables cuantitativas que durante mucho tiempo han sido defendidas por los planificadores de la economía clásica. En sentido amplio, entonces, el desarrollo humano supone que el individuo pueda desarrollar sus capacidades, perfeccionarse y realizarse como hombre, gracias a una mayor libertad para conseguir sus metas y exigir del Estado un ambiente económico, político y cultural más democrático.

Para Amartya Sen (2000) la clave para obtener cambios profundos en las políticas económicas estriba en darle libertad a la gente para que participe activamente en la toma de decisiones. Y precisamente la libertad se consigue eliminando las principales fuentes de la represión y el miedo: la pobreza, la tiranía, la privación social sistemática, la intolerancia y la escasez de oportunidades económicas. De hecho, cuando el ciudadano se libera de tales ataduras está construyendo los cimientos para fortalecer la confianza en sí mismo y llevar una vida plena y digna. Claro que para la edificación del desarrollo así pensado se requiere la unión de esfuerzos comunitarios para que su impacto trascienda de la esfera privada a la pública.

Estas premisas dan pie para considerar a la democracia como un pilar fundamental para el desarrollo humano, puesto que con ella aumentan las opciones de carácter colectivo para el mejoramiento de la calidad de vida. Pero la democracia no se limita sólo a su concepción

electoral, sino que abarca el ejercicio de la ciudadanía para participar y decidir, exigir equidad en la administración de la justicia, recibir protección contra la discriminación, expresar opiniones sin temer a la coacción y poseer medios de comunicación libres e independientes. La democracia también es la base sobre la cual las personas pueden desarrollar acciones conducentes a resolver los asuntos sociales, como la satisfacción de las necesidades básicas (salud, educación, entretenimiento) y el cumplimiento de la dimensión integradora (empleo, seguridad y distribución equitativa de los recursos).

En síntesis, el desarrollo humano se gesta en un ambiente democrático en la faceta electoral, ciudadana y social, aunque también se requiere que (1) sea promovido por las mismas personas que han tenido la posibilidad de diagnosticar sus problemas y de discutir sus soluciones (carácter endógeno del desarrollo); (2) tenga carácter sostenible para que se lleve a cabo por largo tiempo y no colapse perjudicando a las próximas generaciones (sostenibilidad); y (3) asuma al ser humano como el sujeto y no como el objeto de las acciones de progreso.

Sólo de esta forma, y en algunos casos con apoyo de la sociedad civil y las Organizaciones gubernamentales y No gubernamentales, se estará potenciando las capacidades de la gente en todas las facetas humanas y se estará dando lugar a que el individuo y las comunidades se reconozcan y sean reconocidos como sujetos de valor. Fundamentalmente el desarrollo humano tiene como pilares permitir que las personas vivan una vida larga y saludable, accedan a la información y a una educación de calidad, tengan recursos económicos suficientes y puedan expresarse sin coacción para influir en las decisiones colectivas.

Como señalamos al comienzo de este acápite, la televisión comunitaria actúa en el marco general del desarrollo humano, pero dada su naturaleza, filosofía y cobertura, este tipo de televisión destina todos sus esfuerzos a la promoción y fortalecimiento del desarrollo local, a través de la elaboración de una parrilla de programación y de unos contenidos televisivos que promuevan las capacidades de la comunidad para liderar cambios estructurales de beneficio común.

El proceso hacia el desarrollo local

La televisión comunitaria se inspira en los principios del desarrollo hu-

mano¹²⁴, pero dado que su ámbito de actuación se circunscribe a una región o localidad, actúa fundamentalmente en la promoción y consecución del desarrollo local. Para explorar este enfoque hemos tomado como referencia a Vásquez Barquero (2000), Cepal (2001), Alburquerque (2004 y 2006) y (Boisier, 2005).

El desarrollo local (DL) es un proceso que permite a las comunidades liderar su propio desarrollo mediante el aprovechamiento de sus potencialidades y recursos institucionales, humanos, económicos y culturales. El territorio se concibe no sólo como un espacio donde tienen asiento las industrias y las viviendas, sino como un escenario donde confluyen habilidades, competencias e interacciones sociales que buscan el mejoramiento de las condiciones de vida de toda la comunidad, teniendo como base el reforzamiento de la cultura del trabajo, la solidaridad, la sostenibilidad, la cooperación, etc. y la promoción del emprendimiento empresarial, el conocimiento, la descentralización administrativa, la innovación y la formación permanente.

El DL es una forma eficaz para adaptarse a la globalización, lo que implica fortalecer los recursos propios de manera que las economías locales puedan competir con las industrias nacionales e internacionales y, al mismo tiempo, aprovechar las ventajas que trae la liberación de los mercados. También se concibe como un *cambio en la estructura de producción* que permite la innovación y la competitividad en las localidades para insertarse en las economías globalizadas; como un *proceso endógeno* que desde las fortalezas locales tiene la capacidad de transformar el sistema socio-económico y desarrollar habilidades para reaccionar a desafíos externos; y como *empoderamiento de la sociedad local* para que las personas tengan más herramientas y competencias para la toma de decisiones sobre el tipo de desarrollo que necesitan. El desarrollo local privilegia el progreso “desde abajo”, que significa mejorar los procesos productivos de las pequeñas y medianas industrias e involucrar a la mayoría de la población en esa tarea, para que los beneficios lleguen a todos. Este enfoque pretende constituir-

124 Este tipo de desarrollo posibilita que la gente puede hacer realidad sus posibilidades de vivir en forma productiva y creadora, conforme a sus necesidades y proyectos; permite ampliar las libertades y oportunidades para que las personas vivan de acuerdo con sus valores, estimulen sus capacidades para vivir una vida larga y sana, participen en la vida de la comunidad, y accedan al conocimiento y a los recursos necesarios para alcanzar un nivel de vida decoroso.

se en una alternativa al desarrollo “desde arriba”, en el que predomina la concentración de grandes industrias y empresas en polígonos industriales, para que sus beneficios sean lo suficientemente altos que permitan llegar, al menos a cuenta gotas, a las personas de estratos bajos que no están incluidas en los ambientes productivos.

El desarrollo local coincide con el desarrollo humano en que el bienestar no se circunscribe a variables materiales o de acumulación de riqueza, sino que se preocupa por el bienestar cualitativo de la gente, expresado en la optimización de sectores como la educación y la salud, entre otros.

Así las cosas, televisión comunitaria emplea toda su producción y otras actividades de extensión a la comunidad para (1) fomentar un proceso de crecimiento y cambio estructural que, por medio del uso del potencial de desarrollo de la región, conduzca a elevar el bienestar de la gente; (2) concienciar a la comunidad sobre la capacidad que posee para llevar a cabo cambios positivos para todos y (3) incentivar el aprecio y valor de lo propio, respetando la características de otras culturas y etnias, para contrarrestar las imposiciones culturales de la globalización y el consumismo.

9.1.5 El componente de la proyección

La televisión comunitaria puede garantizar su permanencia y evolución, siempre que se dé a conocer en el orden nacional e internacional mediante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), desarrolle proyectos de alfabetización en medios y fortalezca su función de extensión a la comunidad. Las tres acciones se reúnen en lo que hemos denominado *componente de la proyección*. A continuación se argumentan cada una de ellas, para lo cual han sido relevantes los aportes de Hazen (2007), Gumucio (2002), Casadiego y Gómez (2002), Caffarel (2005), Zabaleta (2005 y 1998), Ferrés (1995) y los resultados de nuestros análisis de la televisión comunitaria de Colombia.

Proyección mediante las Tecnologías de la Información y la Comunicación

Es indudable que la transición analógica digital está produciendo cam-

bios en la forma como la televisión y la radio desarrollan sus funciones informativas, educativas y de entretenimiento. Por tanto, la televisión comunitaria no puede mantenerse al margen de esta nueva realidad, so riesgo de aislarse y marginarse dentro del espacio mediático mundial¹²⁵.

Con el apoyo de las TIC, especialmente internet y la radio y televisión digitales, la televisión comunitaria (1) puede dar a conocer al exterior su programación, proyectos y logros audiovisuales y comunitarios, de manera que salgan del anonimato o del aislamiento zonal; (2) puede establecer alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales que avalen y apoyen sus iniciativas en pro del bienestar social; (3) puede establecer contactos con otras organizaciones para realizar un trabajo colaborativo que permita el intercambio de ideas y recursos para la generación de un conocimiento nuevo; (4) puede aprovechar los tipos de *interactividad* que ofrecen las TIC para fortalecer el *componente de la participación integral* de la comunidad; (5) puede conquistar nuevas y variadas audiencias con la producción de contenidos de calidad; (6) puede convertirse en una herramienta que permite enfrentar el control de la información por unos pocos conglomerados de medios; y (7) puede utilizar su red para prestar servicios de valor agregado y telemáticos siempre que cumpla con los requisitos legales.

Alfabetización en medios

La televisión comunitaria también puede proyectarse hacia los centros educativos, la familia y la comunidad mediante la realización de proyectos de alfabetización en medios, que apunten hacia tres direcciones: (1) adelantado jornadas de formación sobre análisis y recepción crítica de contenidos audiovisuales; (2) llevando a cabo cursos de formación en producción, edición y realización de programas de televisión; y (3) elaborando videos sobre historia, geografía y otros temas locales que sirvan de apoyo a los planes de estudio de la educación formal y no formal.

Extensión comunitaria

En realidad todos los componentes antes reseñados pretenden que la

125 Hay que tener en cuenta que la televisión comunitaria tendrá que emigrar al sistema digital, si los países que poseen este modelo audiovisual comunitario deciden incorporar la tecnología digital terrestre, por cable o por satélite.

televisión comunitaria logre una mayor vinculación de la comunidad con el medio y un mayor aporte de éste en el bienestar de los colectivos. Sin embargo, en este epígrafe se sugieren otros aspectos que aparentemente pueden resultar triviales, pero que a la hora de la verdad son esenciales para que la comunidad sienta la televisión comunitaria como propia. Estos aspectos son: *visitas guiadas a las instalaciones de la estación de televisión comunitaria y habilitación de espacios físicos para el encuentro de las comunidades.*

Una forma para que las comunidades no vean a las televisiones comunitarias como entes distantes, a las que se tiene acceso restringido, es mediante la realización de *visitas guiadas* a sus instalaciones. Con ellas se busca que las personas conozcan la filosofía de este tipo de televisión, así como a los periodistas, personal administrativo y técnico que permiten que la señal de televisión comunitaria llegue hasta los hogares. Otra forma consiste en *habilitar un espacio físico y recursos técnicos y tecnológicos* -cuando se disponga de ellos-, para que la comunidad realice eventos como reuniones de juntas de acción comunal, cursos de capacitación en áreas diferentes a la mediática, etc. De esta forma, se abona el terreno para que la comunidad adquiera un sentido de pertenencia y compromiso hacia el canal comunitario.

9.2 Propuesta de “Fundamentos del periodismo comunitario”

El periodismo comunitario posee unas características particulares que lo diferencian de otros tipos de periodismo. Una de ellas -y quizás la fundamental puesto que de ella se derivan las demás- es la singular relación que este profesional establece con las comunidades. En efecto, la relación “periodista-comunidad”, en el componente de los medios comunitarios, es mucho más estrecha y se desarrolla bajo los criterios de *la comprensión amplia de los hechos sociales, la reciprocidad y la adopción equitativa de los roles de emisor y receptor.*

Esos criterios también permiten establecer la primera distinción con respecto al periodista tradicional. El periodista comunitario no es sólo un *vocero comunal y mediador* entre las instituciones y la comunidad -aunque en algún momento puede asumir esas funciones-, sino que

su labor es mucho más profunda, puesto que asume un compromiso y vinculación más fuertes con los colectivos, para promover *con y por* ellos cambios estructurales en la sociedad.

En este acápite se expondrán las principales características del periodismo comunitario que nosotros proponemos y, a partir de ellas, se identifican los fundamentos para este tipo de periodismo (*la promoción de la participación comunitaria, la interpretación como eje de la función informativa, la vocación formadora, la proyección y el periodismo comunitario de calidad*), para lo cual han sido importantes los aportes de Miralles (2002), Zabaleta (2005), Gumucio (2002), Martín Barbero (1987 y 2000), Carrasco (2003), Barón (1998), Meso (2005), Varela (2004), Cebrián (2003), Raigón (1999), *The Project for Excellence in Journalism* de la Universidad de Columbia (2001) y Pavlik (2005), así como los resultados de nuestro estudios en la televisión comunitaria.

Periodismo comunitario y participación comunitaria

El periodismo comunitario conmina al periodista a una labor de campo más estrecha y permanente en las comunidades, y no a una relación distante, lejana o, en algunos casos, sólo mediada por los artefactos tecnológicos (teléfono, páginas electrónicas, etc.). Es decir, el periodista comunitario tiene la función de acercarse a la comunidad en el lugar donde ésta produce hechos culturales, para conocer de primera mano sus inquietudes, necesidades y proyectos. Pero su trabajo no radica sólo en conocer lo que la comunidad demanda o proyecta porque en ese caso el comunicador sólo está cumpliendo con las funciones de recoger información y difundirla, las cuales también corresponden al periodismo estándar.

A nuestro juicio el papel fundamental del periodista comunitario consiste en *promover* la participación significativa de la comunidad en todo el proceso de producción de la televisión comunitaria y *apoyar* cambios estructurales para el beneficio social, valiéndose de múltiples herramientas, entre ellas las de producir información útil y de calidad. El trabajo de *promoción y apoyo* se desarrolla a partir de actividades como:

- *Estimular* el debate y la deliberación pública sobre temas que directa o indirectamente afectan a la comunidad.

- *Propiciar* un ambiente en el que prime el diálogo y la tolerancia para el diagnóstico de la realidad comunitaria y la definición de acciones para la solución de problemáticas comunales.
- *Canalizar* las demandas y propuestas comunales hacia las instituciones que pueden atenderlas y responderlas.
- *Realizar* seguimiento a las informaciones que se difunden hacia esas instituciones, para verificar su tramitación y respuesta.

Interpretación como eje de la función informativa del periodismo comunitario

El periodismo comunitario cuestiona el modelo liberal de la información que data de la Revolución Francesa y que asegura que la información debe estar desprovista de subjetividad. Es decir, para el periodista comunitario los hechos no son asépticos, puros y, por tanto, no se transmiten de manera “objetiva” ni distante, puesto que él debe mantener una vinculación y compromiso estrechos con la comunidad para canalizar y dar solución a las demandas sociales.

En estas condiciones, la labor informativa en el periodismo comunitario no se limita sólo a difundir datos y a mantenerse al margen de los acontecimientos políticos, económicos y culturales, pues con ello estaría distanciándose de la realidad comunitaria a la que este periodismo debe su razón de ser. En su lugar, el periodismo comunitario opta por un estilo informativo en el que prevalece *la función interpretativa*, lo que significa que el periodista relaciona unos hechos con otros, profundiza en los antecedentes, causas y consecuencias de los comportamientos individuales y sociales, y no los califica *a priori*; ofrece un marco amplio de análisis de los sucesos, sin extraer su visión personalizada, sino brindando elementos para que el público reflexione sobre los mismos, los comprenda y saque sus propias conclusiones.

Periodismo comunitario y vocación formadora

El periodismo comunitario tiene una vocación formadora que se expresa básicamente mediante dos aspectos: *educación y cultura transversal*, y *periodismo compartido*.

Hay vocación formadora cuando el periodismo comunitario no concibe la educación como una lista de fuentes -referidas a expertos

en esa área o a centros de educación en los diferentes niveles (primario, básico o superior)-, a las que hay que consultar para resaltar el trabajo de la docencia, la investigación, las metodologías de enseñanza aprendizaje, etc., sino como una línea de expresión que atraviesa todas las temáticas bien sean políticas, de orden público, deportes, economía u otras. En otras palabras, la difusión de cualquier tipo de información se realiza bajo un *enfoque educativo y cultural transversal*. Es *educativo* cuando, a través de la interpretación del hecho, por ejemplo, se busca la moraleja, la lección que se debe aprender para evitar un comportamiento o acción que vaya en contra de los derechos de todos. Y es *cultural*, no cuando se destacan las fuentes relacionadas con el arte (pintores, escultores, literatos...) sino cuando el marco de análisis de ese hecho tiene en cuenta el contexto en el que se origina el acontecimiento: las costumbres y actitudes de los protagonistas, las relaciones que se establecen entre ellos, etc.

El otro aspecto, *el periodismo compartido*, estriba en que el periodista no monopoliza la función informativa, sino que brinda la oportunidad para que los miembros de la comunidad asuman ese rol con responsabilidad. Y para ello es preciso que por medio de un proceso de enseñanza aprendizaje logre que la comunidad tenga elementos para el *análisis y comprensión de los mensajes informativos*, la *producción, realización y edición de esos mensajes en la TV comunitaria*, y la *evaluación de esos mensajes desde la ética periodística y la consecución del desarrollo de la comunidad*, esto es, si se ajustan a los criterios de actuación del ejercicio periodístico y si contribuyen al cumplimiento o mejoramiento de indicadores de desarrollo humano.

Periodismo comunitario de calidad

El hecho de que el periodismo comunitario sea ejercido por los miembros de las comunidades organizadas no implica que sea un periodismo marginal y/o carente de calidad técnica y conceptual. Este tipo de periodismo también aspira a ser de excelencia, sin embargo, los indicadores de calidad para el periodismo comunitario deben ajustarse a la propia naturaleza participativa y no deben ser únicamente los que se estipulan para el periodismo estándar.

Hemos querido establecer tres indicadores con sus respectivos matices que sirvan como una aproximación preliminar al estudio y desarro-

llo de éstos u otros indicadores de calidad para el periodismo comunitario. Estos son: *cobertura comunitaria*, *creación de nuevos recursos expresivos* y *vinculación a proyectos de desarrollo*.

- La *cobertura comunitaria* incluye (1) variedad de fuentes comunitarias consultadas y (2) mayor participación cuantitativa y cualitativa de las personas en el proceso de producción de contenidos.
- La *creación de nuevos recursos expresivos* implica que el periodismo comunitario ofrezca *profundidad* para abordar la tarea informativa de temas diversos de interés comunitario y explore *nuevos formatos y géneros televisivos* para narrar los acontecimientos.
- La *vinculación a proyectos de desarrollo* significa que el periodismo comunitario tenga la capacidad de (1) establecer alianzas con instituciones para la formulación y realización de iniciativas en pro del desarrollo humano que cuenten con el apoyo de la comunidad y (2) contribuir a que se produzcan cambios estructurales en la sociedad susceptibles de ser medidos y corroborados. Por ejemplo, que con el apoyo del periodismo y la televisión comunitaria el número de niños vacunados en un año supere las expectativas y proyecciones de la institución que lidera este tipo de campaña de salud pública.

Proyección del periodismo comunitario

El periodismo comunitario debe emplear las nuevas herramientas que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para proyectarse al exterior y fortalecer la producción local de contenidos. Lo que se pretende es que el periodista comunitario adquiera habilidades y competencias para el uso de las herramientas de internet y, a futuro, de la radio y televisión digitales que le permitan (1) buscar, seleccionar y valorar la información que se encuentra en la red para emplearla a la rutina periodística propia, es decir, que ayude a contextualizar y profundizar los contenidos locales; (2) fomentar la participación integral de la comunidad mediante las herramientas interactivas que ofrecen los nuevos medios; y (3) trasladar o ajustar los contenidos propios del trabajo periodístico comunitario a la red, de manera que sean conocidos en otras latitudes.

10 Bibliografía

- Acunzo, Mario (2004). *La comunicación para el desarrollo rural sostenible (online)*. Disponible en http://pergamo.pucp.edu.pe/canale/files/canale/1_a_marioacunzo.pdf - dllo rural. Acceso 25 de marzo de 2009.
- Aguaded, José Ignacio (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 25-34.
- Alborch, Carmen (1995). *Televisión y cultura*. Páginas 11-20. En *Televisión y cultura*. Editado por Ente Público RTVV, Valencia, España.
- Albuquerque, Francisco (2006). El desarrollo humano local y las agencias de desarrollo local. Hegoa, Bilbao 8 de noviembre de 2006. Mimeografiado.
- (2004). El enfoque del desarrollo económico local. En Cuadernos DEL, número 1. Buenos Aires, julio de 2004. Páginas 1-66.
- Aldecoa, Francisco (2001). Globalización y regionalismo en el siglo XXI. En *Revista valenciana d'estudis autonòmics*, ejemplar dedicado a: El Arco Mediterráneo en la Unión Europea: balance y perspectivas de futuro. Número 36, 2001. Páginas 23-38.
- (2000). El sistema político internacional ante la globalización. Páginas 203-217. En *Luces y sombras de la globalización*. Editado por A. Blanch. Asociación Interdisciplinar "José de Acosta", Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Impreso en España.
- Alejandría (2006). *Red Nacional de Video Popular (online)*. Disponible en <http://www.alejandria.cl/videos/videos2.htm>. Acceso el 24 de febrero de 2006. Verificado el 20 de junio de 2006. Santiago de Chile.
- Alfaro, Rosa María (2000). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. En *Revista Razón y Palabra*, número 18, Tecnológico de Monterrey, México.
- Alfonzo, Alejandro (1997). A la ciudad para el ciudadano por la comunicación. En *Diálogos de la comunicación*. Número 47, Marzo de 1997. FELAFACS. Páginas 6-11.

- Angulo Rincón, Lizandro (2008). Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano. Estudio de la televisión comunitaria de Colombia y nueva propuesta de programación y formación de periodistas (en cd). Serie tesis doctorales. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco (España).
- Armañanzas, Emy (1999). *La cultura, una parcela para periodistas especializado (online)*. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/zer1/10notinvarma.htm>. Acceso el 7 de junio de 2006. También disponible en Zer, Revista de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad del País Vasco, número 1. Bilbao, País Vasco.
- Aznar, Hugo (2005). Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.
- Barlybaeva, Saule y Rusetmova, Alma (2007). *Asian Models of Community Communication, With Kazakhstan as a Case Study*. En *Community Media: International Perspectives*. Editado por Linda K. Fuller. Editorial Palgrave Macmillan. Impreso en los Estados Unidos.
- Barón, Luis Fernando (1998). Televisión local y comunitaria: legítima, pública y transformadora. Páginas 34-36. En *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Compilado por Darío Ángel Pérez. Fundación Social y CINEP. N° 1, Santafé de Bogotá.
- Bartolomé, Donaciano (2005). *Periodismo educativo*. Editorial Síntesis, Madrid, impreso en España.
- Beltrán, Luis Ramiro (1993). *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años (online)*. Disponible en <http://mail.google.com/mail/?view=att&disp=inline&attid=0.4=10a276d320b3b3eb>. Acceso 24 de marzo de 2006.
- Berrigan, Frances J. (1981). La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo. UNESCO, Estudios y Documentos de Comunicación Social, n° 90.
- Bisbal, Marcelino (2002). La televisión en Venezuela. Páginas 245-285. En *Historias de la televisión en América Latina*. Coordinado por Guillermo Orozco. Editorial Gedisa S.A., Barcelona. Impreso en Romanyà/Valls, Barcelona (España).
- Black, Maggie (2003). *Qué es el desarrollo internacional*. Intermon Oxfam. Barcelona.
- Boisier, Sergio (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? En Revista de la CEPAL, número 86, Agosto de 2005. Páginas 47-62.
- Boza, José (2005). Las asociaciones de telespectadores en la construcción de la televisión de calidad. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 109-115.
- Britannica, (2007). Race (online). Disponible en <http://www.britannica.com/eb/article-9126111/race> (online). Acceso 21 de octubre de 2007.

- Busaniche, Gisela (2002). *Cuarto Mundo: "no somos tan ricos"*. Colección *De bolsillo* de Intermón Oxfam. Plaza & Janés editores, S.A. Barcelona, España.
- Bustelo, Pablo (2001). "La globalización económica: notas sobre sus fundamentos teóricos y su análisis empírico". Páginas 33-44. En *Globalización y dependencia. Efectos de la mundialización sobre el desarrollo de los pueblos*, editado por Mariona Farré y Rafael Allepuz. Lleida, ediciones de la Universidad de Lleida.
- Caffarel Madrid, Carmen (2005). ¿Es posible una televisión de calidad? En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 23-27.
- Calero, Fernando (1999). Modalidades actuales y perspectivas del servicio de televisión en Colombia. Tomado del artículo '*The Colombian Media: Models and Perspectives in Television*'. Mimeografiado.
- Camacho, Rafael (2005). Televisión de calidad: distinción y audiencia. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 29-32.
- Cambio cultural (2003). La historia del movimiento. Origen y evolución del periodismo público. Las experiencias pioneras. La crisis de la prensa y de la vida política que condujeron al nacimiento de la corriente. Evolución del movimiento y balance de una década (online). Disponible en <http://www.google.com/mail/?view=att&disp=inline&attip=0,5&th=10a22d8a3bbb5b11>. Acceso 23 de marzo de 2006.
- Canessa de Sanguinetti, Marta (2000). El bien nacer. Limpieza de oficios y limpieza de sangre: raíces de un mal latinoamericano. Editorial Alfaguara.
- Canga, Jesús; Coca, César; Martínez, Eloi; Cantalapiedra, María José y Martínez, Lucía (1999). *Diarios digitales. Apuntes sobre un Nuevo Medio*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Bilbao, País Vasco.
- Capparelli, Sergio & Dos Santos, Suzy (2002). La televisión en Brasil. Páginas 65-116. En *Historias de la televisión en América Latina*. Coordinado por Guillermo Orozco. Editorial Gedisa S.A., Barcelona. Impreso en Romanyà Valls, Barcelona (España).
- Carpentier, Nico; Lie, Rico y Servaes, Jan (2007). Multitheoretical Approaches to Community Media: Capturing Specificity and Diversity. Páginas 219-235. En *Community Media: International Perspectives*. Editado por Linda K. Fuller. Editorial Palgrave Macmillan. Impreso en los Estados Unidos.
- Carrasco, Sabrina (2003). *Periodismo cívico: la gente define la agenda y delibera sobre políticas (online)*. Disponible en <http://www.cambiocultural.com.ar/investigacion/periodismo.htm>. Acceso 22 de marzo de 2006.
- Casadio, Benjamín y Gómez, Ricardo (2002). Carta a la tía Ofelia. Siete propuestas para un desarrollo equitativo con el uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Editado por el Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo, CIID, IDRC, Canadá, con el apoyo PAN

Américas, Raíces Mágicas y Soluciones Prácticas para la Pobreza.

- Casilda Béjar, Ramón (2003). La nueva economía y el desarrollo económico latinoamericano en un mundo global. En *Desarrollo*, revista nº 33. Páginas 12-19.
- Castells, Manuel (2002). Tecnologías de la Información y la Comunicación y desarrollo global. En *Revista de economía mundial* nº 7. Páginas 91-107.
- Castillo Patricia y Gastaldi, Luciana (2005). Estado de la educación en medios en el currículum escolar en Iberoamérica. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 13-20.
- Cebrián, Mariano (2005). Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet. Paidós, impreso en España.
- (2003). Análisis de la información audiovisual en las aulas. Editorial Universitat, Madrid (España).
- (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Serie multimedia/radio. Primera edición. Barcelona, Gedisa Editorial.
- (1998). Introducción al lenguaje de la televisión. Pirámide, Madrid.
- Censi, Florencia; Jorge, José Eduardo y Bertuci, Juliana (2006). *Capital social y pobreza: casos y métodos en la construcción comunitaria (online)*. Disponible en <http://mail.google.com/mail/?view=att&disp=inline&cattid=0.6&th=10a22d8a3bbb5b11>. Acceso 23 de marzo de 2006.
- (2006) *Principios básicos de la Construcción Comunitaria (online)*. Disponible en <http://mail.google.com/mail/?view=att&disp=inline=0.2&th=10a22d8a3bbb5b11>. Acceso 22 de marzo de 2006.
- Chaparro Escudero, Manuel (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Los libros de la frontera (comunicación), Barcelona, España.
- Chocarro Marcesse, Silvia (2006). Noticiero Internacional de Barrio: otra forma de mirar y contar. En *Pueblos, Revista de Información y Debate*, nº 21, Madrid. Páginas 21-23.
- Colectivo de Prensa “abriendo caminos” (2005). *TV la comunitaria (online)*. Disponible en <http://argentina.indymedia.org/news/2005/02/263804.php>. Acceso marzo de 2006. Verificado mayo 26 de 2006.
- Comisión Económica para América Latina, CEPAL (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: un análisis comparativo*. En Seminario de desarrollo local en países andinos (Ecuador, Perú, Bolivia), 15 y 16 de febrero de 2005. Bilbao, País Vasco. Mimeografiado.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2005). *Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión (online)*. Disponible en <http://www.cidh.org/basicos/declaracion.htm>. Acceso 24 de noviembre de 2007.
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela (CONATEL) (2001). *Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servi-*

- cio Público, sin fines de lucro (online)*. Disponible en http://www.conatel.gov.ve/marco_legal_comunitaria.htm. Acceso 26 de mayo de 2006. También disponible en Gaceta oficial N° 37.359 del 8 de enero de 2002.
- Comisión Nacional de Televisión, CNTV (2011). La CNTV aprueba actualización del estándar de televisión digital. Disponible en http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/television-digital-en-colombia_10922142-4. Acceso 21 de diciembre de 2011.
- (2010). *Módulo de televisión. Estudio General de Medios (EGM). Tercera Ola 2008 (online)*. Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/egm_2010_3ola.pdf.
 - (2009a)- & Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2009b). *Módulo de televisión. Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Enero-Marzo de 2009 (online)*. Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/noticias/2009/julio/anuario_2009.pdf. Acceso 27 de diciembre de 2009.
 - (2009b). Proyecto de acuerdo por el cual se reglamenta el servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro prestada por comunidades organizadas (online): Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos/2009/proyecto_1.pdf. Acceso 7 de enero de 2010.
 - (2008a). *Lineamientos del Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013 (online)*. Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/p_estrategico/plan_desarrollo_2010_2013.pdf. Acceso 1 de enero de 2010.
 - (2008b). *Plan estratégico CNTV 2008-2012 (online)*. Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/p_estrategico/plan_estrategico.pdf. Acceso 1 de enero de 2010.
 - (2006a). *CNTV lanza plan piloto de capacitación para la televisión comunitaria (online)*. Disponible en www.cntv.gov.co/comunicados/CapacitacionTVCom.doc. Acceso 30 de octubre de 2006. Comunicado 095 del 19 de octubre de 2006.
 - (2006b). Artículo 009 del 24 de octubre de 2006, por medio del cual se reglamenta el servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro, prestado por las comunidades organizadas (online). Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos/2006/acuerdo_009.pdf. Acceso 20 de febrero de 2007.
 - & Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE– (2005a). Encuesta Continua de Hogares –ECH– Tercer Trimestre 2005, modulo TV, CNTV – Oficina de Planeación, 15 de febrero de 2005 (online). Disponible en <http://www.cntv.gov.co/pdf/2006-02-13%20ECH%20III-2005%2002.pdf>. Acceso el 4 de junio de 2006.
 - (2004a). *Plan Estratégico de la CNTV 2004 y 2007 y Plan Operativo CNTV 2004 (online)*. Disponible en <http://www.cntv.gov.co/pdf/martesestrategico.pdf>. Acceso 15 mayo de 2004. Verificado 26 de mayo de 2006. Bogotá.
 - (2004b). *Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 (online)*. Disponible en

- www.cntv.gov.co/pdf/plandedesarrollo.pdf. Acceso 15 de mayo de 2004. Verificado 26 de mayo de 2006. Bogotá.
- (1999). Acuerdo 006 del 5 de octubre de 1999 (anexo técnico), por medio del cual se reglamenta el servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro (online). Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos/1999/acuerdo_006.pdf. Acceso 6 de enero de 2010.
 - (1997). Acuerdo 029 del 19 de diciembre de 1997, por el cual se reglamente el servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro (online). Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos/1997/acuerdo_029.pdf. Acceso 6 de enero de 2010.
 - (1996). Acuerdo 006 del 15 de noviembre de 1996, por el cual se establecen los requisitos para la distribución de señales incidentales (online). Disponible http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos/1996/acuerdo_006.pdf. Acceso 6 de enero de 2010.
- Contreras, Adalid (2000). *Comunicación-desarrollo para "otro occidente"* (online). Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n18/18acontreras.html>. Acceso 24 marzo de 2006. También disponible en Revista Razón y Palabra, número 18. Tecnológico de Monterrey, México.
- De Fontcubierta, Mar (2005). Hacia un currículum iberoamericano de educación en comunicación. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 10-12.
- De Pablos, José Manuel y Mateos, Concha (2004). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y televisión. Patologías y tabla de 'medicación' para recuperar la calidad de la prensa. En revista Ámbitos, números 11-12 de 2004. Páginas 341-365.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2003). *Encuesta Calidad de Vida 2003. Presentación del módulo de preferencias y hábitos de televisión* (online). Disponible en www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=35&id=32&Itemid=141. Acceso agosto de 2005. Verificado 26 de mayo de 2006.
- Díaz Noci, Javier (2001). La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Bilbao, País Vasco.
- Dimayor (2012). La televisión comunitaria transmitirá el fútbol profesional colombiano (online). Disponible en http://dimayor.com/noticias/la_televisión_comunitaria_transmitira_el_futbol_profesional_colombiano_455.html. Acceso 27 de enero de 2012.
- Dubois, Alfonso (2007). Texto y charla sobre el concepto de desarrollo. Mimeo-grafiado. Entrevista realizada por el autor a Alfonso Dubois, director del Instituto Hegoa, en Bilbao, 2007.
- Dubois, Alfonso y Cortés, Juan José (2005). *Nuevas Tecnologías de la Comunicación para el Desarrollo Humano*. Cuadernos de trabajo número 37, Instituto de

- Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, HEGO, Universidad del País Vasco.
- El País Ecuador (2009). *Inauguración del primer canal de televisión comunitaria de Ecuador (online)*. Disponible en <http://lacomunidad.elpais.com/el-ecuatoriano/2009/7/16/inauguracion-del-primer-canal-television-comunitaria-del>. Acceso 11 de octubre de 2009.
- El País España (2009). *La Cumbre del Clima aprueba en medio de una gran polémica un pacto de mínimos (online)*. Disponible en http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Cumbre/Clima/aprueba/medio/gran/polemica/pacto/minimos/elpeutec/20091219elpepusoc_2/Tes. Acceso 19 de diciembre de 2009.
- El Satélite (2011). Ley de televisión liquida CNTV y crea nueva agencia ANT (online). Disponible en <http://periodicoelsatelite.com/2011/12/16/ley-de-television-liquida-a-la-cntv-y-crea-nueva-agencia-ant/>. Acceso 20 de diciembre de 2011.
- El Tiempo (2011). Como “fracaso” califica Greenpeace la Cumbre de Cambio Climático (online). Disponible en http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/ciencia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-10909505.html. Acceso 11 de diciembre de 2011.
- Erro, Javier (2002). *Comunicación, desarrollo y ONGD*. Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, HEGO, Universidad del País Vasco. Impreso por Lankopi, Bilbao.
- Escobar, Arturo (1996). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Traducción de Diana Ochoa. Editorial Norma, impreso en Santafé de Bogotá, Colombia.
- Evans, Nicmer N. (2006). *La comunicación participativa como respuesta a la praxis comunicacional mass mediática (online)*. Disponible en <http://mail.google.com/mail/?view=att&disp=inline&attid=0.12&th=10a276d320b3b3>. Acceso 24 marzo de 2006.
- Farré, Mariona; Enciso, Joan Pere y Allepuz, Rafael (2001). “La globalización económica: significado y repercusiones”. Páginas 17-32. En *Globalización y dependencia. Efectos de la mundialización sobre el desarrollo de los pueblos*, editado por Mariona Farré y Rafael Allepuz. Lleida, ediciones de la Universidad de Lleida.
- Fernández, Marcio (2005). *Periodismo cívico: pasado, presente y futuro (online)*. Disponible en <http://www.google.com/mail/?view=att&disp=inline&attip=0,3&th=10a22d8a3bbb5b11>. Acceso 22 de marzo de 2006. También disponible en Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, número 92.
- Ferrés, Joan (1995). *Televisión y educación*. Editorial Paidós, impreso en Hurope S.L., Barcelona, España.
- Finquelievich, Susana (2001). Democracia electrónica en Buenos Aires y Montevideo. En *Cooperación Sur*, nº 1. Páginas 71-93.
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF (1999). *Manual sobre comu-*

- nicación en materia de agua, medio ambiente y saneamiento. Una publicación de la UNICEF, división de programas, New York.
- Fuenzalida, Valerio (2002). La televisión en Chile. Páginas 163-201. En *Historias de la televisión en América Latina*. Coordinado por Guillermo Orozco. Editorial Gedisa S.A., Barcelona. Impreso en Romanyà/Valls, Barcelona (España).
- Fuller, Linda K. (2007). *Top-down Community Media: A Participant Observation from Singapore*. Páginas 129-138. En *Community Media: International Perspectives*. Editado por Linda K. Fuller. Editorial Palgrave Macmillan. Impreso en los Estados Unidos.
- Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (2005). El sector de la televisión en la negociación del tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos. Bogotá D.C.
- García Canclini, Néstor (2001). *Culturas híbridas*. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijalbo, México.
- Garitaonandía, Carmelo y Casado, Miguel Ángel (2007). *Television to Save a Language and a Culture: The Basque Case*. Páginas 139-150. En *Community Media: International Perspectives*. Editado por Linda K. Fuller. Editorial Palgrave Macmillan. Impreso en los Estados Unidos.
- Moragas, Miguel de y López, Bernat (1999). *Television on your Doorstep: Decentralization Experiences in the European Union*. University of Luton Press.
- Gaudichaud, Franck y Gajardo, Rocio (2007). *Señal 3 La Victoria: Cuando la televisión se pone al servicio del pueblo (online)*. Disponible en www.rebellion.org/noticia.php?id=58337. Acceso 31 de octubre de 2007.
- Gavin, Michael & Hausmann, Ricardo (1998). "Nature, Development and Distribution in Latin America. Evidence on the Role of Geography, Climate and Natural Resources". BID: Oficina del Economista Jefe, Documento de Trabajo 378, agosto 1998.
- Goleman, Daniel (2006). *Inteligencia social. La nueva ciencia de las relaciones humanas*. Traducción del inglés de David González. Editorial Kairos, Barcelona.
- Gómez, Ricardo; Martínez, Juliana y Reilly, Katherine (2001). Acción al margen de la conectividad: experiencia de América Latina y el Caribe. En *Cooperación Sur*, nº 1. Páginas 128-141.
- González, Luis M. (2004). *Comunicación pública en internet*. Creaciones Copyright, SL. Impreso en España.
- Gronemeyer, María Elena (2005). *Los blogs ¿el nacimiento del "periodismo ciudadano" (online)*. Disponible en http://www.puc.cl/fcom/p4_fcom/site/artic/20050816102022.html. Acceso el 23 de marzo de 2006. En la 88ª convención de la AÆJMC 2005, realizada entre el 9 y 13 de agosto en San Antonio, Texas, Estados Unidos.

- Gumucio, Alfonso (2011). Facetas, avances y retos de la comunicación para el desarrollo. Conferencia presentada en
- Gumucio, Alfonso (2007). *Call Me Impure: Myths and Paradigms of Participatory Communication*. Páginas 197-208. En *Community Media: International Perspectives*. Editado por Linda K. Fuller. Editorial Palgrave Macmillan. Impreso en los Estados Unidos.
- (2006). *Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios (online)*. Disponible en www.comunica.org/onda_rural/docs/gumucio.doc y en www.geocities.com/agumucio/. Acceso marzo de 2006. Verificado 26 de mayo de 2006.
 - (2002). *La TV Comunitaria: Ni pulpo, ni púlpito: palpito (online)*. Disponible en www.geocities.com/agumucio/artTelevisionComunitaria.html. Acceso marzo de 2006. Verificado 26 de mayo de 2006.
 - (2001). *Haciendo olas, historias de comunicación participativa para el cambio social*. Presentado por Fundación Rockefeller, New York. Impreso por Plural Editores, Bolivia.
- Gutiérrez, Charo (2006). *Televisión y calidad: perspectivas de investigación y criterios de evaluación (online)*. Disponible en <http://mail.google.com/mail/?view=att&disp=inline&attid=0.1&ct=10b4d017f21746b7>. Acceso 19 de mayo de 2006.
- Hancock, Alan (1981). Planificación de la comunicación para el desarrollo. Marco operativo de referencia. CIESPAL – UNESCO. Impresora Andina, Quito (Ecuador).
- Hazen, Don (2007). *Notes on Alternative Journalism*. Texto incluido en “Alternatives on Media Content, Journalism, and Regulation. The Grassroots Discussion Panels at the 2007 ICA Conference”. En *The Researching and Teaching Communication Series*. Seete Peña, Benjamin De Cleen y Nico Carpentier (editores). Tartu University Press.
- Herrera, Inma Martín (2005). *Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio (online)*. Disponible en <http://chasqui.comunica.org/content/view/421/127/>. Acceso el 7 de junio de 2006. También disponible en Chasqui, revista latinoamericana de comunicación, n° 92. Páginas 24-29.
- Hidalgo, Alberto (2002). Codesarrollo, aproximación conceptual. En *Tiempo de paz. Migraciones y codesarrollo*. N° 66. Páginas 5-28.
- Hidalgo, Antonio Luis (1998). El pensamiento económico sobre desarrollo. De los mercantilistas al PNUD. Universidad de Huelva, España.
- Hissong, Robin (1996). Las teorías y las prácticas de desarrollo desde la perspectiva de la modernidad. En *Cuadernos ocasionales n° 10*. CIDER Uniandes. Impreso en Santafé de Bogotá, Colombia.
- Indymedia (2007). *Canal 2 TV-Contenido Comunitario: “dejá de ver tele y empezá a hacerla” (online)*. Disponible en <http://uruguay.indymedia.org/news/2007/05/60910.php>. Acceso 9 de noviembre de 2007.

- Ishitani, Keita (2005). *Televisión Municipal Comunitaria Participativa – El Salvador (online)*. Disponible en <http://www.comminit.com/la/descripciones/lapdssalvador/descripciones-2143.html>. Acceso el 24 de febrero de 2006. Verificado el 20 de junio de 2006.
- Jarque, José Manuel (2006). Medios de comunicación y conflictos: instrumentos y reflexiones. Páginas 86-103. En *L@s comunicador@es como agentes de educación para el desarrollo y la sensibilización*. Editado por FUNDESO Euskadi.
- Kliksberg, Bernardo (2007). Los desafíos éticos abiertos en un continente paradójico. Páginas 121-300. En *Primero la gente. Una mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado*. Ediciones Deusto y Planeta DeAgostini Profesional y Formación, S.L. Barcelona, impreso en España.
- López Colomer, Moisés (2004). *Tecnologías de la Información y la Comunicación para el desarrollo (online)*. Disponible en www.isf.uva.es/cursotsd/tsd4/tecnologías_de_la_información_y_comunicación_III.pdf. Acceso agosto de 2004. Universidad Politécnica de Madrid.
- López-Hernández, Miguel Ángel (1997). Hacia la televisión comunitaria. En *Interacción, revista de comunicación educativa (Cedal)*. Número 14, Santafé de Bogotá. Páginas 3-5.
- Malta, Juan Joseph (1999). Insumos para el desarrollo. En *Centroamericana de economía*, revista 55-56. Páginas 81-91.
- Marín, Verónica (2005). La televisión de calidad. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 225-230.
- Martín-Barbero, Jesús; Rey, Germán y Rincón, Omar (2000). *Televisión pública, cultural, de calidad (online)*. Disponible en <http://mail.google.com/mail/?view=att&disp=inline&attid=0.2&th=10b4d0678964b96a>. Acceso 22 de mayo de 2006. También publicado en: Revista Gaceta número 47. Bogotá. Ministerio de Cultura. Diciembre, 2000, páginas 50-61.
- (1987). *De los medios a las mediaciones*. G. Gili, Barcelona, España.
- Mattelart, Armand (2007). Historia de la sociedad de la información. Nueva edición revisada y ampliada. Editorial Paidós, impreso en España.
- (2003). *Geopolítica de la cultura*. Ediciones Desde Abajo, Bogotá.
- Y Jean Marie Piemme (1981). La televisión alternativa, Anagrama (Cuadernos Anagrama 136), Barcelona.
- Mayugo I Majó, Carme (2005). Hacia otro modelo de sistema televisivo en la era de la comunicación global. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 91-99.
- Mazziotti, Nora (2002). La televisión en Argentina. Páginas 23-63. En *Historias de la televisión en América Latina*. Coordinado por Guillermo Orozco. Editorial Gedisa S.A., Barcelona. Impreso en Romanyà/Valls, Barcelona (España).

- Mcquail, Denis (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Editorial Paidós, Barcelona (España).
- Meso Ayerdi, Koldobika (2005). *Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística (online)*. Disponible en <http://chasqui.comunica.org/pdf/chasqui90/pdf>. Acceso el 23 de marzo de 2006. Verificado el 6 de junio de 2006. También disponible en Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, número 90.
- Miguel de Bustos, Juan Carlos (2007). *Comunicación sostenible y desarrollo humano en la sociedad de la información: consideraciones y propuestas*. Agencia Española de Cooperación Internacional y Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Dirección de Relaciones Culturales y Científicas. Impresión EGRAF, S.A., España.
- Ministerio de Comunicaciones de Colombia (2006). *Decretos 1445, 1446 y 1447 de 1995 y en el Decreto 1981 de 2003 (online)*. Disponible en http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/index.jsp?startRow=40&numRow=295&maxRow=20&col=order=&page=.mods/legislación/legislación_user_list y http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/index.jsp?find=ok&page=.mods/legislación_user_list. Acceso enero de 2006.
- Miralles, Ana María (2002). *El periodismo cívico como comunicación política (online)*. Disponible en <http://mail.google.com/mail/?view=att&disp=inline&attid=0.1&th=10a22d8a3bbb5b11>. Acceso 22 de marzo de 2006.
- (2001). Comunicación para el desarrollo urbano. En *Documentos*. PCLA, volumen 3, Número 1, diciembre de 2001. Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín.
 - (1999). *La construcción de lo público desde el periodismo cívico (online)*. Disponible en <http://www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/2gt/Ana%20Maria%20Miralles.doc>. Acceso el 22 de marzo de 2006. Comunicadora Social-Periodista, coordinadora de la especialización en Periodismo Urbano, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín (Colombia).
- Moragas Spà, de Miquel (2005). Cambios en la comunicación, cambios en los estudios de comunicación. En *Signo y pensamiento*, revista de la Universidad Javeriana (Colombia), julio-diciembre 2005, vol. xxiv, número 47. Páginas 10-20.
- Niño Díez, Jaime (2004). *La televisión comunitaria y su papel en la construcción del tejido social*. Comisionado de la Comisión Nacional de Televisión. En el II Foro Nacional de Televisión Comunitaria, realizado en Medellín (Colombia) el 13 de febrero de 2004. Mimeografiado.
- Noriega, Eduardo (2007). *El futuro de la televisión comunitaria: perspectiva y horizonte (online)*. Disponible en <http://fedecoter.blogspot.com/2007/03/iii-encuentro-de-medios-de-comunicacion.html>. Conferencia presentada en el “III Encuentro de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios”. Fedecoter 10 años. Acceso 9 de noviembre de 2007.

- Orihuela, José Luis (2004). *Los weblogs: de la revolución a la consolidación (online)*. Disponible en <http://chasqui.comunica.org/content/view/300/60/>. Acceso el 22 de marzo de 2006. Verificado el 6 de junio de 2006. También disponible en Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, número 85.
- Orozco, Guillermo (2002). La televisión en México. Páginas 203-244. En *Historias de la televisión en América Latina*. Coordinado por Guillermo Orozco. Editorial Gedisa S.A., Barcelona. Impreso en Romanyà/Valls, Barcelona (España).
- Ortega, María Luz (2001). Cooperación al desarrollo o cómo desarrollar la cooperación". Páginas 69-87. En *Globalización y dependencia. Efectos de la mundialización sobre el desarrollo de los pueblos*, editado por Mariona Farré y Rafael Allepuz. Lleida, Ediciones de la Universidad de Lleida.
- Ortiz, Miguel Ángel (2005). Televisión, globalización y cambio social. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 79-85.
- Pakdaman, Nasser (1999). Historia de las ideas acerca del desarrollo. En *Centroamericana de economía*, revista 55-56. Páginas 47-79.
- Parra, David & Álvarez, José (2004). *Ciberperiodismo*. Editorial Síntesis S.A. Madrid, impreso en España.
- Pavlik, John V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Ediciones Paidós Ibérica S.A. Barcelona, España.
- Pavón, Francisco (2005). Aprender desde la escuela y la familia a ver televisión de calidad. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 221-224.
- Peña, Luis Eduardo (2011). Estado actual del proceso de implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia. Conferencia presentada en el V Festival Nacional de tv comunitaria y la V Feria Internacional de Televisión en Sabaneta, Antioquia, realizadas del 14 al 16 de septiembre de 2011. Los eventos fueron organizados por la Cooperativa Multiactiva de Televisión Comunitaria (COMUTV). El conferencista es el Subdirector Técnico y de Operaciones de la CNTV.
- Peñafiel, Carmen y López, Nereida (2002). *Claves para la era digital. Evolución hacia nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, UPV/EHU, Bilbao, País Vasco.
- (2000). *Tecnología de la televisión. Del disco de nirkow a la revolución digital*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, UPV/EHU, Bilbao, País Vasco.
- Pérez, Darío Ángel (1998). Por una televisión de las comunidades. Páginas 23-27. En *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Compilado por Darío Ángel Pérez. Fundación Social y CINEP. No 1, Santafé de Bogotá.
- Peruzzo, Cecilia M. (2006). *Televisión comunitaria en el Brasil: aspectos históricos (online)*. Disponible en www.eca.usp.br/alaic/boletin8/cicilia.doc. Acceso 8 de mayo de 2006.

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, (2007-2008). Informe sobre Desarrollo Humano (2007-2008). *La lucha contra el cambio climático: solidaridad en un mundo dividido*. Mundi-Prensa s.a. libros, Madrid (España).
- *La Democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos* (2004a). Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Impreso en Quebecor World Perú S.A.
 - Informe de Desarrollo Humano (2004b). *La libertad cultural en el mundo diverso de hoy*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Mundi Prensa Libros, Barcelona.
 - Informe de Desarrollo Humano, (2001). *Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano*. Publicado para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Ediciones Mundi Prensa Libros, Barcelona.
- Programa de reforma de la atención primaria de salud, PROAPS, (2006-2007). Manual de comunicación para la salud. Herramientas para la producción de materiales y acciones comunicativas en las prácticas comunitarias. Préstamo Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Córdoba, Argentina. También disponible en www.proaps.cba.gov.ar.
- Raigón Pérez de la Concha, Guillermo (1999). *El periodismo educativo: objetivos (online)*. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/115raigon.htm>. Acceso el 5 de junio de 2006. También disponible en Revista Latina de Comunicación Social, número 15, La Laguna (Tenerife).
- Reig, Ramón (2005). Televisión de calidad y autorregulación de los mensajes para niños y jóvenes. En *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*, número 25. Páginas 63-70.
- Reina, Mauricio; Díaz, Juan Manuel; Gamboa, Cristina; Harper, Arturo y Zuluaga, Sandra (2005). *El sector de la televisión en la negociación del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. Informe final*. Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (Fedesarrollo). Bogotá, Colombia.
- Rennie, Elionor (2007). Remote Beginnings, Metropolitan Developments: Community and Indigenous Television in Australia. En *Community Media: International Perspectives*. Editado por Linda K. Fuller. Editorial Palgrave Macmillan. Impreso en los Estados Unidos.
- Rey, Germán (1998). Entre posibilidades e incertidumbres: la densidad democrática de la televisión comunitaria. Páginas 72-75. En *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Compilado por Darío Ángel Pérez. Fundación Social y CINEP. N° 1, Santafé de Bogotá.
- Rist, Gilbert (2002). *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación, Universidad Complutense de Madrid. Ediciones Catarata, Madrid.
- Rivero, Luis Guillermo (2003). El gobierno electrónico ¿es realmente una oportunidad? En *Desarrollo*, revista n° 33. Páginas 39-41.

- Rodríguez, Enrique (1998). Algunas anotaciones para una posible historia de la televisión local y comunitaria en Colombia. Páginas 13-22. En *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Compilado por Darío Ángel Pérez. Fundación Social y CINEP. N° 1, Santafé de Bogotá, Colombia.
- Rodríguez, Francisco (2003). *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Academia de las ciencias y las artes de televisión. Gedisa editorial, Barcelona. Impreso en España.
- Rodríguez Pastoriza, Francisco (2006). *Periodismo cultural*. Serie Periodismo especializado. Director: Mariano Cebrían. Editorial Síntesis, Madrid.
- Ruano, Soledad (2006). *Televisión: un modelo para la diversidad cultural (online)*. Disponible en www.aloj.us.es/gicomcult/portada/37tx/13.htm#. Acceso 22 de mayo de 2006.
- Rubio Lacoba, María (2004). *La documentación en el periodismo digital: hacia un periodismo de calidad en la sociedad de la información (online)*. Disponible en http://www.campusred.net/forouniversitariopdfs/ponencias/Maria_Rubio.pdf. Acceso el 7 de junio de 2006. También disponible en CD-Rom y en *La comunicación: nuevos discursos y perspectivas*. Mínguez Arraz, Norberto y Villagra García, Nuria (editores). Edipo, Madrid. Páginas 88-92.
- Ruiz, Jaime (2009). Características de la industria cultural. En *Portafolio, sección visión empresarial*, del 29 de enero de 2009. Página 14.
- Sánchez, Eduardo; Sierra, Manuel; Miguez, Julia; Jara, Pedro y Villarroel, Valentín (2003). Retos de la tecnología de la información y las comunicaciones para el desarrollo. En *Desarrollo*, revista n° 33. Páginas 20-29.
- Spangaro, Steve (1994). *La televisión comunitaria llega a Australia (online)*. Disponible en <http://base.d-p-h.info/pt/fiches/premierdph/fiche-premierdph-4051.html>. Acceso 5 de enero de 2010.
- Semana (2011). Conferencia sobre clima aprueba acuerdo histórico (online). Disponible en <http://www.semana.com/nacion/conferencia-sobre-clima-aprueba-acuerdo-historico/169025-3.aspx>. Acceso 12 de diciembre de 2011.
- Sen, Amartya (2007). "Temas claves del siglo XXI". Páginas 13-117. En *Primero la gente. Una mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado*. Ediciones Deusto y Planeta DeAgostini Profesional y Formación, S.L. Barcelona, impreso en España.
- (2001). Las teorías del desarrollo en el siglo XXI. En *Leviatán, revista de hechos e ideas*. Número 84, 2001. Páginas 68-90.
- (2000). *Desarrollo y libertad*. Editorial Planeta, S.A., Barcelona (España).
- Servaes, Jan (2000). Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. En *Temas y problemas de comunicación*, revista año 8, volumen 10. Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina.

- Solano, David (2009). *Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible*. Publicado por la Oficina Regional de Educación de la UNESCO. Impreso en Chile por Gráfica Funny.
- Téllez, María Patricia (2003a). *La Televisión Comunitaria en Colombia. Entre la realidad y la utopía*. Ministerio de Cultura y Comisión Nacional de Televisión. Imprenta Nacional de Colombia, Bogotá.
- (2003b) *La televisión comunitaria en Colombia. O de cómo la perseverancia trae ventura (online)*. Disponible en www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-134.html. Acceso agosto de 2005. Verificado el 16 de junio de 2006.
- Thiel, Reinold E. (1999). *Teoría del desarrollo nuevos enfoques y problemas*. Editado por Reinold Thiel. Bonn: Editorial Nueva Sociedad.
- Torres, Juan (2009). *Crisis financiera. Guía para entenderla y explicarla*. Con la colaboración de Alberto Garzón Espinosa. Editado por АТТАС, Justicia Económica Global, España.
- Tracy, F. James (2007). A historical Case Study of Alternative News Media and Labor Activism: The Dubuque Leader 1935-1939. En Journalism & Communication Monographs. Número 4, Volumen 8, Verano 2007. Association for Education in Journalism and Mass Communication. Mimeografiado.
- Tréspidi, Miguel Ángel (2001). *Cooperativismo y desarrollo comunicacional (online)*. Disponible en <http://www.neticoop.org.uy/article224.html>. Acceso el 24 de febrero de 2006. Verificado el 20 de junio de 2006. Confederación Uruguaya de Entidades Cooperativas, Neticoop.
- Troyano, Yolanda y Carrasco, José Luis (2006). Las habilidades de comunicación en la resolución de conflictos grupales. Memorias del VI Congreso Internacional Virtual de Educación CIVIA 2006, realizado en la plataforma de internet www.ciberEduca, psicólogos y pedagogos al servicio de la educación.
- Universidad de Columbia (2001). *Project for Excellence in Journalism – Local TV News Project (online)*. Disponible en <http://www.journalism.org/node/238>. Acceso 15 de octubre de 2006.
- Valero, Alberto (2004). *El legado agridulce de Nyerere (online)*. Disponible en www.analitica.com/vas/1999.10.4/articulos/09.htm. Acceso octubre 15 de 2004.
- Varela, Juan (2004). *Medios hiperlocales para ciudadanos activos (online)*. Disponible en <http://periodistas21.blogspot.com/2004/08/periodismo-3.html>. Acceso el 22 de marzo de 2006. Verificado el 6 de junio de 2006.
- Vázquez Barquero, Antonio (2000), Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual (LC/R.1964), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Vergara, Alfredo (2005). *América Latina: entre luces y sombras (online)*. Disponible en edición digital a texto completo en <http://www.eumed.net/libros/2005/av/>. Acceso 25 de agosto de 2008.
- Vivanco, Borja (2000). *Las ONGD en la cooperación al desarrollo. Propuestas para su*

eficacia y eficiencia. Un estudio de las ONGD del País Vasco. Serie Tesis Doctorales. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.

Wolf, Mauro (2000). *La investigación de la comunicación de masas*. Editorial Paidós, impreso en España.

Zabaleta Urquiola, Iñaki (2005). Teoría, técnica y lenguaje de la información en televisión y radio. Sistemas analógicos y digitales. Editorial Bosch S.A., comunicación. Impreso en Barcelona, España.

- (2003). Tecnología de la información audiovisual. Sistemas y servicios de la radio y televisión digital y analógica por cable, satélite y terrestre. Editorial Bosch S.A., comunicación. Impreso en Barcelona, España.

- Xamardo, Nicolás; Peñafiel, Carmen y Agirreazaldegi, Teresa (1998). La tv de acceso público por cable y el euskara: un futuro compartido. En *Zer, Revista de estudios de comunicación*, número 5. Páginas 95-119.

Zona Económica (2009). *La teoría de la dependencia (online)*. Disponible en <http://www.zonaeconomica.com/teoria-dependencia>. Acceso 11 de marzo de 2009.

