

# Reflexiones sobre una comunicación que transforma



## ÍNDICE GENERAL

### INTRODUCCIÓN

**Nuevos escenarios de la comunicación**, por Mario Lubetkin y Raquel Martínez-Gómez

### PRIMERA PARTE

#### Otras formas de mirar la información y la comunicación

- 1. La comunicación como herramienta para la supervivencia humana**, por Cees Hamelink
- 2. Vivir el nuevo orden informativo internacional**, por Roberto Savio

### SEGUNDA PARTE

#### Cultura, educación y comunicación para el cambio social

- 3. Los derechos culturales y la libertad cultural como forma de comunicación social**, por Maider Maraña.
- 4. Educación, comunicación y poder**, por Federico Abreu
- 5. Educación para el desarrollo y comunicación: explorando nuevos marcos, creando nuevos lenguajes y mensajes**, por Manuela Mesa
- 6. ¿De qué sirve cooperar? La educación para el Desarrollo clave para una Cooperación eficaz**, por Mariluz Ortega

### TERCERA PARTE

#### Claves para las políticas de comunicación en la cooperación internacional

- 7. Cinco creencias discutibles sobre ciudadanía y desarrollo**, por Manuel Iglesia-Caruncho.
- 8. Comunicación e Incidencia para el cambio de políticas públicas. El caso de las políticas de cooperación al desarrollo**, por Corina Mora Torrero.

9. **La comunicación de la ONGD. Aportes para un debate social**, por Javier Erro
10. **¿Cómo sentimos la (in)justicia? Reflexividad emocional en las campañas sobre pobreza global y derechos humanos**, por Vanessa Sainz.

#### CUARTA PARTE

##### Experiencias en comunicación de la cooperación internacional: organismos internacionales y países del Sur

11. **FAO: Estrategia y Política de Comunicación**, por Enrique Yeves Fao
12. **Programa Internacional de Desarrollo de la comunicación (PIDC): Treinta años promoviendo la independencia, pluralidad y libertad de los medios de comunicación**, por Silvia Chocarro
13. **Primeros resultados de la Iniciativa de los Países del Sur y Emergentes en el campo de la Comunicación para el Desarrollo**, por Carlos Tiburcio
14. **Comunicación y Cooperación Sur- Sur**. Hacia un escenario de comunicación y desarrollo que efectivamente contribuya a luchas contra la pobreza, la exclusión social y la desigualdad, por Vusi Mona SUSAFRICA

#### QUINTA PARTE

##### Comunicación y cambio social desde la sociedad civil organizada y los movimientos sociales

15. **De la acción al activismo**, por Miren Gutiérrez
16. **La experiencia de comunicación y movilización social dentro de la Asamblea Popular Barrio Salamanca-Plaza de Dalí 15M**, por Darío Barbosa Martínez
17. **Las radios comunitarias en la activación del tejido barrial en las periferias urbanas Una mirada desde la experiencia latinoamericana**, por Marta González
18. **Estrategias de activismo medioambiental: ¿Cómo poner la sostenibilidad en la esfera pública?**, por Ignacio Santos

**INTRODUCCIÓN*****Nuevos escenarios de la comunicación***

Mario Lubetkin y Raquel Martínez-Gómez<sup>1</sup>

Esta publicación recoge algunas de las reflexiones de los encuentros *Comunicación y Desarrollo: nuevos escenarios* (2011) y *Comunicación para el cambio social* (2012), cuarto y quinto de una serie de reuniones organizadas por la agencia de noticias *Inter Service Press* en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP)<sup>2</sup>. Constituidos como espacios de reflexión e intercambio continuo, tuvieron siempre el foco puesto en una comunicación que aboga por sociedades menos desiguales y más participativas. Si en los primeros Encuentros se buscó coherencia y la identificación de inconsistencias en las políticas de comunicación del desarrollo, y después se reflexionó acerca del impacto de los avances tecnológicos, en 2011 el desafío fue analizar los nuevos escenarios a los que se enfrentaba la comunicación para el desarrollo, tras las revelaciones de Wikileaks o el incremento de las relaciones de cooperación Sur-Sur.

En 2012 nos detuvimos a explorar con mayor profundidad la comunicación como derecho, diálogo y deliberación; como ese proceso que organiza la convivencia entre formas dispares de ver el mundo donde debe primar el respeto a los lenguajes y códigos diferentes. Esa comunicación que es el centro del desarrollo humano sostenible y el buen vivir. Partimos además de la experiencia cambiante de los procesos sociales en una época de emergencia medioambiental, inequidad galopante e intentos de dominación cultural, donde la comunicación se convierte en eje del cambio

---

<sup>1</sup> Mario Lubetkin es director general de la agencia Inter Press Service. Raquel Martínez-Gómez es escritora y comunicadora social. Los coordinadores de esta publicación agradecen la colaboración de Marta González para la compilación de los artículos de este libro.

<sup>2</sup> Contaron con el apoyo de Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID) y la UIMP respectivamente. Se suman a los que ya tuvieron lugar en 2007 (*Comunicación y desarrollo*) con el apoyo del CEALCI de la Fundación Carolina; 2009 (*Comunicación y desarrollo: pasos hacia la coherencia*) y 2010 (*Comunicación y desarrollo: políticas, redes y tecnologías*), apoyado por AECID. En los encuentros participaron ochenta expertos internacionales y nacionales, más de doscientos periodistas y estudiantes de periodismo, así como otros centenares profesionales del área de la cooperación para el desarrollo. Gran parte de la reflexión ha sido recogida en los libros: *Comunicación y desarrollo: políticas, redes y tecnologías*, Editorial Comunicación Social, 2011; *Comunicación y desarrollo: pasos hacia la coherencia* (Editorial Comunicación Social, 2010) y *Comunicación y desarrollo: en busca de la coherencia* (Editorial Siglo XXI, 2008).

social, y se hace también imprescindible para la democracia y la convivencia mundial con acceso a oportunidades para todas y todos.

En esta publicación participan, con reflexiones hechas desde la cultura, la educación, el activismo social o el comunitario, distintos actores de la cooperación española, organismos internacionales, movimientos sociales, medios de comunicación, asociaciones de periodistas y gobiernos del Sur un marco comunicativo polifónico. Estos últimos incorporan su visión de la cooperación en el marco de la comunicación Sur-Sur, en un mundo donde el desplazamiento de poder económico queda insuficientemente reflejado en la gobernanza internacional. Pero ¿realmente este ascenso del Sur puede traer aparejado un nuevo modelo de comunicación?, o más bien se reproducirán los esquemas que dotan a los centros de poder de una influencia mayor, ¿se abrirán espacio de intercambio y equilibrio o, simplemente, se ocuparán los huecos poseídos antes por otros?

Desde 2008, en los Encuentros ha habido una reflexión constante: ¿Cómo colocar los temas que tienen que ver con un proyecto humano sostenible y la garantía de los derechos humanos en la agenda pública? La crisis que afecta a Europa y Estados Unidos, económica y de pérdida de rumbo en la construcción de lo colectivo, no impide que la ciudadanía siga teniendo interés en los temas de la cooperación internacional. Este escenario de crisis ha generado muchas urgencias, pero una de las más acuciantes ha sido la demanda mayor de participación en el diseño de la agenda de desarrollo mundial, una vez comprobado que el modelo elegido no satisface metas globales como la sostenibilidad medioambiental o la reducción de las desigualdades, incluida la de género. La crisis no cancela las ideas que el desarrollo humano sostenible o el buen vivir plantean, sino que abre oportunidades para que las conciencias despierten y las bocas hablen.

Hoy la comunicación es más importante todavía que en el pasado: el respeto a las voces diferentes y la diversidad, el espacio para el disenso, la convivencia con otros seres vivos del Planeta que habitamos, la libertad, el acceso, la participación así lo exigen. La comunicación ha ido ganando protagonismo como un elemento importante

de la reflexión pública a la par que hay mayor exigencia de participación. La comunicación hacia la ciudadanía se complementa con el rol comunicador de ésta hacia los tomadores de decisiones. La construcción de las políticas públicas requiere de una comunicación fluida y transparente, de una participación donde las demandas ciudadanas, acuerdos internacionales en materia de derechos humanos y la construcción de un proyecto colectivo y sostenible estén presentes. Por ejemplo, las decisiones que impactan negativamente en las generaciones futuras, como el apoyo a inversiones que apuesten por la minería a cielo abierto de gran porte, necesitan de una información transparente, pero también de la generación de canales para hacer partícipe a la ciudadanía de decisiones que tendrán impactos irreversibles en la naturaleza, la salud de las personas y el modelo de desarrollo que una sociedad está eligiendo.

Pero, ¿estamos más cerca o más lejos de incorporar los temas de la agenda social en la agenda global de comunicación?, ¿dónde quedan los medios en los nuevos escenarios de la comunicación? Para que los temas que más atañen al proyecto de la comunidad humana sean incorporados a los debates ciudadanos no basta con la cobertura de los hechos a la comunicación de los grandes medios ni con la formación de los comunicadores. “La gente es ahora el medio de comunicación más potente”, escribe Javier Erro en su artículo. La comunicación no es solo responsabilidad de los medios. La era de la comunicación ha ganado terreno a la de la información, y la ciudadanía espera más el intercambio horizontal e interactivo que el rol pasivo de receptor de la información. Espera participar en la deliberación de las políticas públicas y también en la definición de la agenda de desarrollo global, como se ha demandado desde diferentes sectores de las organizaciones de la sociedad civil y movimientos sociales con motivo de las consultas de la agenda post 2015. Esto implica un vuelco de calidad en la relación entre quién comunica y quién replica la comunicación. Se activa así un mecanismo de nuevo tipo que exige que el comunicador interactúe de forma diferente. Por ejemplo, un científico, como portavoz de la evidencia que profundiza en la importancia de la agricultura sostenible para la lucha contra el hambre, tiene que tener capacidad adecuada para comunicar. Esa comunicación es de vital importancia, y

en los nuevos escenarios de la comunicación el individuo se convierte en portavoz de las causas de la comunidad.

Todo ello se conjuga con un escenario incierto, donde los medios tradicionales están en una profunda transformación. Si estudiamos sus lógicas de sostenibilidad publicitaria y de suscripciones en el caso de los medios escritos, la caída de la publicidad está repercutiendo en la reducción de páginas, el cierre de numerosos diarios en todo el mundo, que queden reducidos a su edición virtual o que disminuya de forma dramática el número de corresponsales. Por ejemplo, el diario New York Times creció en suscripciones un 8% en 2011, pero perdió en publicidad, lo que redujo el número de páginas. Todo se mueve en un eje en el cual se avanza y se retrocede y es difícil entender cuál puede ser exactamente el escenario definitivo de futuro. Más allá de esta reflexión, la crisis de los medios tradicionales es también de credibilidad. Muchos no han respondido de forma satisfactoria al interés público y en demasiadas ocasiones el uso que hacen de la información ha estado ligado a la defensa corporativa de unos pocos. Siguen siendo necesarias las voces que denuncien los abusos de poder y que ayuden a construir un mundo mejor, pero ¿podrán los medios tradicionales reinventarse o se mantendrán en un ecosistema comunicacional similar al que hasta ahora habíamos conocido?

También es difícil predecir el papel de los medios sociales (*social media*) y adivinar si su desarrollo puede garantizar fidelidad, profundidad analítica, garantías éticas de la información, nivel de profesionalidad, etc. Hoy una gran mayoría de periodistas usan como base informativa Facebook y Twitter, lo que apunta a un cambio sustancial en la forma de comunicarse y también de conseguir sus fuentes de información. Pero, ¿cuál es la profesionalidad de la información que circula en las redes sociales?, ¿cuál es la garantía de la información que brindan?

En la agenda de la comunicación global se han incorporado temas como la crisis alimenticia, la crisis energética y el diálogo interreligioso e intercultural, si bien es cierto que no siempre con el necesario nivel de rigor y profundidad. Al mismo tiempo, la calidad informativa de lo que atañe a los derechos humanos se amplía y mejora,

aunque no siempre se articula correctamente a otros temas interdependientes. Cada vez más, el debate ciudadano y los medios de comunicación identifican un abanico más amplio de categorías incluidas en los Derechos Humanos, al igual que mejora el análisis y la relación que se da entre unos y otros. A las categorías tradicionales de los derechos civiles o políticos, como la violación de la integridad física a través de la tortura, la agenda mediática incluye derechos básicos como los ambientales o de la alimentación. O incorpora conceptos como el de economía verde, que provoca una reconversión en el escenario capitalista, donde se produce un proceso de transformación en la visión del desarrollo sostenible.

Nos encontramos en un escenario inconcluso. Baste de ejemplo el llamado *Daily*, propuesto como medio del futuro por el magnate de la comunicación Rupert Murdoch. Estaba pensado como el medio interactivo para *Ipad*, y al mismo se destinó una inversión millonaria. El proyecto fue lanzado en 2010, pero al año siguiente Murdoch recortó dos tercios el personal porque el proyecto pensando originalmente no estaba funcionando. Esto demuestra que estamos en un proceso de cambio muy rápido, con dinámicas complejas difíciles de predecir. En esta línea hay que partir también de lo que significa el mundo de los *Iphones* y los *Ipad* y los avances en el campo de la telefonía móvil. Hay un cambio sustancial en el momento que deja de interrumpirse el proceso de absorción y de interacción de la información. Ya no es de un ordenador al otro ordenador, se unen nuevas herramientas. Es un mecanismo de 24 horas sin interrupción donde numerosos ciudadanos y ciudadanas pueden interactuar, recibir y actuar desde el punto de vista informativo. Asimismo hay que tener en cuenta lo que significa esta comunicación hoy y analizar las grandes plataformas existentes, así como la circulación de la información gratuita. ¿Qué relaciones se establecen entre la gratuidad de la información y la capacidad de pago de la misma?

Los interrogantes no acaban aquí: ¿Cómo hacer comunicación independiente y periodismo de investigación?, ¿cuál es el nuevo tipo de periodista en la era digital? En este marco, no podemos dejar de hablar de la precariedad de los propios comunicadores. En los últimos años, miles de periodistas han perdido su puesto de trabajo y esto plantea también retos a la estabilidad democrática en tanto se pierden



lo que hasta ahora eran los mediadores que facilitaban que el ciudadano estuviera informado y pudiera tomar decisiones de forma más responsable. Y de aquí parten otra serie de preguntas: ¿Quién crea hoy la agenda mediática?, ¿son los medios impresos o digitales?, ¿es la televisión? Los usuarios de Internet en 2002 eran el 9,1% de la población mundial (569 millones); en 2012 pasaron a ser el 33%, unos 2270 millones de internautas. En el 2002 el uso de Internet era 46 minutos al día como promedio por persona, en 2012 4 horas. En cuanto al uso del navegador, en 2002 el 95% usaba la oferta de Microsoft, hoy representa solo el 33%, con lo que se ha generado una pluralidad de los motores de búsqueda en la Red. Hoy, la búsqueda que hace el internauta y la capacidad con la que se navega es distinta a la de hace diez años. El impacto que “Internet” ha tenido en nuestra forma de relacionarnos y comunicarnos ha sido profundo, pero también desigual, porque no todo el mundo accede de la misma forma, y estas brechas de acceso también nos enfrentan a retos que no podemos ignorar.

Es el conjunto de reflexiones las que nos permiten avanzar. Y es por ello que *Inter Press Service* (IPS), en el marco de los cambios vividos en este proceso hacia la era de la comunicación, trata de subirse a las dinámicas de cambio y tener la capacidad de responder a estos nuevos fenómenos. *IPS* es una institución de comunicación global que lo que hace básicamente es proveer noticias y contenidos, distribuirlos y formar periodistas. Es la agencia mundial líder de los temas de desarrollo y la sociedad civil, así como un actor muy importante en la información del Sur. Produce 200 notas analíticas al mes en inglés, 200 en español y 50 en francés. Es la agencia que trabaja en más idiomas, con traducciones a 21 lenguas. Es la única agenda global de noticias que trabaja en suajili, tamil, etc. y cuenta con una red de 500 periodistas en todo el mundo. Cubre más de 400 ciudades, más de 130 países y actúa activamente en el multimedia, tanto a nivel audio como fotográfico, y ha comenzado a emitir por televisión. *IPS* cuenta entre sus articulistas con grandes figuras internacionales: desde Catherine Aston, Ministra de Relaciones Exteriores de Europa; a Leonardo Boff, teólogo brasileño; desde el ex presidente estadounidense Bill Clinton a Graciano Da Silva, director general de la FAO. También forman parte de este elenco el escritor uruguayo Eduardo Galeano o Pascal Lamy, director de la Organización Mundial de Comercio, entre otros.

IPS cuenta con 50 millones de páginas leídas y su experiencia indica que es posible que exista otro escenario para la comunicación del desarrollo. En los monitoreos de los temas más importantes que siguen los lectores, los derechos humanos, el desarrollo, los temas de África en nuestros contenidos en inglés y de América Latina en español ocupan los primeros puestos. Estamos hablando de millones de personas focalizadas en temas que para otros medios parecerían secundarios y que para IPS son sustanciales. Hay más de 5.000 medios que reproducen la información de IPS, entre ellos *Al Jazeera*, *The Guardian*, *Washington Post* y las radios comunitarias de todo el mundo que utilizan nuestra información. Cuenta con un millón y medio de lectores individuales; decenas de miles de seguidores en Facebook y Twitter con un importante impacto en los países del Sur. IPS elabora publicaciones, desarrolla proyectos de comunicación en torno a temas de salud maternal, pobreza, agua, cambio climático, género, alimentación, desnuclearización, integración, etc. En este periodo se han logrado alianzas muy importantes con las universidades en seminarios donde participan cientos de periodistas. También trabaja en la formación de jóvenes periodistas y cuenta con socios provenientes de la sociedad civil así como los medios de comunicación (*Al Jazeera*, *Reuters* o *The Guardian*).

Otros escenarios emergen en el panorama geopolítico y es interesante observar cómo se colocan los temas de la comunicación en un mundo en el cual nuevos actores comienzan a tener un peso determinante en el escenario internacional: desde Brasil a Sudáfrica, de Catar a la India, así como China y otras realidades. ¿Cómo se reflejan en los contenidos que exigen los cambios que nos estamos planteando? En este libro, para alumbrar con perspectiva histórica el presente, Roberto Savio cuenta su vivencia personal en el contexto geopolítico del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC).

La Universidad acompaña este nuevo proceso de chequeo de los nuevos fenómenos y cambios. Es esencial que logre enlazarse con los actores externos para que la reflexión académica no quede encerrada dentro de su círculo, sino que sea el factor de pensamiento para la acción de actores como los comunicadores para el desarrollo, los

medios de comunicación, las instituciones de cooperación o los movimientos sociales. En este marco, las alianzas entre los operadores de la comunicación y la Universidad son imprescindibles. Como decía Einstein: *En momentos de crisis la imaginación es más importante que el conocimiento*. Por otra parte, los nuevos instrumentos y los cambios constantes del escenario global, que también es local, hace que repensemos los modelos de formación para los estudiantes, para lograr el éxito en el mundo de la comunicación del futuro.

El trabajo de IPS, como la comunicación por la que apuestan los dieciocho autores de este libro, tiene como objetivo transformar todo aquello que impide al ser humano el pleno ejercicio de sus derechos. Y esos obstáculos sólo pueden ser batidos con la participación de todos y todas, con la profundización en las causas de una desigualdad que no es sólo económica, que también es de posibilidad de acceso a códigos, a una participación real y al libre desarrollo de la cultura elegida. La tarea de comunicar necesita de voluntad, y a veces requiere mucha energía, pero es el único camino que los seres humanos tenemos de proyectarnos con otros, de vivir en comunidad.

## PRIMERA PARTE

# *Otras formas de mirar la información y la comunicación*

## LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA

### PARA LA SUPERVIVENCIA HUMANA<sup>3</sup>

*Cees Hamelink<sup>4</sup>*

La comunicación juega un papel esencial en la evolución de la especie humana. Desde que los humanos somos seres socialmente interactivos, la comunicación social ha sido una fuerza de conducción de la supervivencia. Sin comunicación social no habría habido un proceso de evolución natural.

De las enseñanzas de Charles Darwin aprendimos que la supervivencia de las especies en su estado natural necesita cualidades específicas:

- Cooperación: porque las especies, para sobrevivir, tienen que cooperar incluso en contra de su inherente espíritu de competencia.
- Confianza: porque el comportamiento enteramente egoísta no sirve para sobrevivir de forma tan efectiva como lo hace el altruismo recíproco.
- Diversidad: porque los organismos biológicos que se diversifican sobreviven mejor –la selección natural favorece a organismos que se diversifican.
- Movilidad: porque sobrevivir requiere la expansión de los horizontes; sin creatividad y curiosidad nuestros predecesores podrían no haber salido de África.

A partir de estos conceptos básicos podemos concluir que la supervivencia humana requiere una forma de comunicación social que es cooperativa, altruista, diversa y creativa. Para lograr alcanzar esta clase de comunicación social se requiere que superemos serios obstáculos:

La cooperación no es fácil en un contexto ferozmente competitivo donde todas las especies tratan de sacar ventaja de la débil estructura de los otros, lo que hace que todo se resuma en ganadores versus perdedores.

La confianza es difícil porque nuestra disposición hacia el comportamiento egoísta nos lleva a sospechar de los motivos de los otros.

---

<sup>3</sup> Traducción de Raquel Martínez-Gómez.

<sup>4</sup> Cees Hamelink es profesor emérito de Comunicación Internacional en la Universidad de Ámsterdam.

La diversidad suena atractiva, pero en realidad no es fácil porque las diferencias pueden ser vistas como provocaciones permanentes (Michel Foucault). El tribalismo está profundamente enraizado en la psique humana y dificulta el entendimiento de los otros.

La creatividad es difícil en un mundo donde muchas propuestas políticas parecen decididas –particularmente en educación- a acabar con la creatividad y la curiosidad.

En consonancia con estos obstáculos, los medios de comunicación contemporáneos parecen existir – en todo el mundo- para representar la imagen de ganadores versus perdedores que glorifican la competición como el máximo bien para vender al por mayor mentiras y decepción, para preferir homogeneidad de formatos y para demostrar poca innovación creativa.

Por otro lado, sin embargo, hay una buena noticia:

Nosotros podemos aprender el comportamiento altruista: podemos tener el poder de desafiar nuestras inclinaciones egoístas. La humanidad –al contrario que los grandes simios- se involucra en la comunicación cooperativa. Para ser exactos, la comunicación humana encuentra su origen en el instinto para cooperar. Somos una anomalía en la naturaleza. Entre los otros animales el altruismo está limitado hacia la familia. Pero nosotros conocemos el altruismo fuera del grupo de parientes, tenemos formas de cooperación que otros animales no tienen. Charles Darwin sugirió que podemos estar por encima de nuestros orígenes y extender los sentimientos positivos hacia todos los seres humanos.

Antes de la llegada del *homo sapiens* pudimos aprender que las comunidades se podían beneficiar de la comunicación cooperativa. La comunicación facilitó la clase de coordinación que requería, por ejemplo, la caza, y facilitó la organización de sociedades complejas. El desarrollo de la capacidad para coordinar mejor las habilidades de intercambio de información hizo que los humanos pasaran de ser presa a ser depredadores, y la comunicación nos ayudó a diseñar procedimientos como respuesta hacia los otros, particularmente hacia los más hostiles. A través de la comunicación cooperativa, los humanos diseñaron adecuados sistemas adaptables que nos permitieron dominar a otras especies.

La buena noticia es que el comportamiento totalmente egoísta no sirve para la supervivencia de las especies. Los abusones no sobreviven por largo tiempo en la naturaleza. Desde la evolución biológica aprendemos que la adaptación exitosa necesita reciprocidad. En las colonias de chimpancés la práctica del acicalamiento, que es crucial para la supervivencia (la eliminación de los parásitos de lugares a los que el animal no puede llegar por sí mismo), funciona más efectivamente cuando existe altruismo recíproco: “Yo te acicalo a ti y tú me acicalas a mí”. Aquellos que van por libre son peligrosos para la cohesión social y serán superados. Se convierten en

marginados sociales. El altruismo recíproco es crucial para una comunicación efectiva en las sociedades.

Debería también ser tomado en cuenta que la evolución no es ni predeterminada ni azarosa, hay un espacio entre esos dos procedimientos y los humanos – como comunicadores sociales aventajados entre todas las especies- pueden usar esto para moldear la supervivencia futura.

### **Charles Darwin y la comunicación humana**

¿Qué lecciones podríamos aprender de las observaciones de Darwin acerca de la supervivencia de las especies, desde la modalidad de comunicación social, que puedan ayudar a la supervivencia de la raza humana?

La observación más general en la biología darwiniana apunta a que las especies (y sus comportamientos) evolucionan a lo largo del tiempo a través de la adaptación exitosa a su contexto. La llave de la evolución biológica es el encuentro de soluciones para adaptarse a los problemas. Parece sensato argumentar que un proceso similar ocurre en formas de evolución no biológicas, tales como la evolución cultural y psicológica. En dichas modalidades, como también pasa con la comunicación humana, los seres humanos encuentran respuestas evolutivas para problemas adaptables a su contexto. La complejidad creciente que supuso vivir en grupos sociales en expansión, provocó una evolución en la adaptación, tal como lo hizo la autoconciencia y el lenguaje. ¿Ello nos otorgó la capacidad de reflexionar sobre preguntas como por qué desarrollar modalidades diversas de comunicación y por qué preferir algunas piezas de información sobre otras?

### **¿Por qué desarrollamos diversas modalidades de comunicación?**

El algoritmo básico darwiniano para la adaptación exitosa está basado en la variedad, la selección y la reproducción. En el dominio de la comunicación humana puede ser aplicado como sigue:

- Comunicación y cambio: el comportamiento comunicativo evoluciona a través del cambio. Una gran variedad de modalidades de comunicación evoluciona por la necesidad de adaptarse a diferentes y cambiantes contextos. Esta evolución es no intencional e intencional a la vez, y está limitada por factores genotípicos e históricos. Mucho de esto procede (como la evolución del conocimiento en la ciencia) del método de ensayo y error.
- Comunicación y selección: guardamos las mejores soluciones de adaptación. Las formas de comunicación que sirven a la supervivencia y reproducción serán

retenidas. Aquellas formas de atención y memoria que son diseñadas para hacer notar, almacenar y recuperar información, y que son útiles para resolver problemas de adaptación, evolucionarán más profundamente. Las soluciones comunicativas inadecuadas desaparecerán.

- Comunicación y reproducción: la adaptación más adecuada será transmitida a las generaciones futuras.

Es importante tener en cuenta que la evolución de las soluciones de comportamiento adaptables a las condiciones del contexto es el resultado de un proceso lento. La evolución biológica evoluciona a una velocidad lenta. Algunas adaptaciones pueden necesitar varios millones de años. No hay razón para creer que esta circunstancia podría ser diferente en la evolución cultural y psicológica. Como los psicólogos de la evolución han sugerido, tenemos mentes de la edad de piedra en calaveras modernas. A lo largo de millones de años algunas soluciones sensibles han sido grabadas en nuestros cerebros. Alguna vez pudieron valer como soluciones buenas, pero eso no significa que actualmente sigan siendo adecuadas.

Los mecanismos adaptativos que fueron diseñados para contextos ancestrales pueden haberse convertido en disfuncionales en contextos modernos. Como ilustración, pensemos en la reacción fóbica a las serpientes que pudo haber sido útil a nuestros predecesores en la sabana africana, pero que parece profundamente inadecuada en situaciones urbanas modernas donde los coches son más peligrosos que las serpientes. Todavía hoy, en muchas ciudades modernas, los psiquiatras informan que el miedo a las serpientes es una importante fuente de la ansiedad de la gente.

### **¿Por qué preferimos algunas informaciones sobre otras?**

A lo largo del mundo los medios de comunicación tienden a brindar básicamente malas noticias: inundaciones, terremotos, guerras, crímenes y ataques terroristas. Se han dedicado muchos estudios a estudiar este hecho. En uno de ellos, a cargo de Davis y McLeod (2003), fueron analizadas 736 portadas de periódicos que aparecieron entre 1700 y 2001. Los resultados demostraron una uniformidad en los temas sensacionalistas que iban referidos al miedo, supervivencia y reproducción. Entre los más importantes estaban la muerte, el robo, el asalto, el daño y la violación. Mucho de los análisis sobre las noticias está enfocado a lo que hacen los periodistas, y un buen número de los estudios, en expansión creciente, nos indican que los periodistas usan marcos y mecanismos en sus informaciones sobre el mundo. Muchas menos investigaciones se han dedicado a la cuestión de por qué periodistas hacen lo que hacen.

La mayoría de las explicaciones de las “malas noticias” están enfocadas en el análisis de los llamados nuevos valores. Pero aunque estos análisis nos explican cómo las noticias son construidas a partir de valores ya asimilados que determinan la selección, sin embargo, no nos ayudan a entender de dónde proceden estos valores. Al buscar fundamentos encontramos referencias a la socialización profesional, presiones



políticas y económicas internas y externas, parcialidad ideológica, mecanismos de percepción humana y categorización automática. Estas explicaciones que nos dicen que los dueños de los medios de comunicación prefieren malas noticias porque ello vende mejor pueden tener fundamento, pero falta decir por qué las audiencias de los medios, de manera tan extendida, aceptan las malas noticias acerca de su mundo y no demandan masivamente otras dimensiones de la realidad. Los intentos de contestar la cuestión de por qué las audiencias se sienten atraídas por las formas de información sensacionalista apuntan a la socialización, a la falta de empatía, a la fatiga emocional, a la creación de estereotipos o al deleite malicioso en el sufrimiento de otros. ¿Pero qué es lo que hace que gran cantidad de gente se sienta atraída por informaciones sobre la miseria y el abuso? Como se preocupaba un editorial del siglo XVIII: “Deja a una gaceta que informe en detalle sobre una plaga, la guerra civil o el hambre terrible y ese periódico enganchará completamente la atención, será leído una y otra vez y marcado como un periódico valioso” (*Independent Ledger*, 1784, Davis y Mcleod, 2009: 208). Estas son explicaciones hechas desde una perspectiva sociológica y psico-social, pero parecería que desde una perspectiva evolutiva tendría el mismo efecto.

Una explicación darwiniana podría ofrecer un razonamiento que argumentara que los temas preferidos hoy en día están relacionados con la capacidad humana de adaptarse a su contexto. Entre los exitosos y efectivos mecanismos adaptables están la detención de los tramposos y de aquellos que van por libre, el temor a la violencia y la agresión, y la disposición de luchar o huir. Por millones de años nuestros predecesores vivieron en las sabanas africanas. Ellos no fueron como preferiríamos pensar los soberanos eminentes de su hábitat. Con una altura de sólo 1.20 metros, otros animales como las hienas o los dientes de sable (dos veces mayores que los leones) deben haberlos mirado intimidantemente. Deben haber vivido con miedo constante y actuado con la máxima prudencia para sobrevivir. Nuestros predecesores podían cazar para alimentarse solo cuando los verdaderos cazadores, como los leones, estuvieran reposando.

Bajo esas circunstancias parece realista asumir que su comunicación consistió básicamente en advertencias por peligro inminente. Sabemos por estudios evolutivos de cultura que cuando ciertos patrones mentales han sido grabados en las mentes van a permanecer allí por mucho tiempo y van a cambiar solo muy despacio.

Las “malas noticias” son una reliquia de la función de adaptación de la edad de piedra que fue una vez esencial para sobrevivir en la sabana. Las malas noticias apelan a las audiencias porque ayudan a los humanos a prestar atención a la información que es esencial para su supervivencia y su aptitud reproductiva.

Esto no significa que las advertencias no tengan ya una función. Pero en un contexto contemporáneo, una adaptación adecuada a la realidad requiere que también las historias basadas en “buenas noticias” sean tomadas en serio. La supervivencia del animal humano en el siglo XXI está probablemente mejor asegurada si la alerta hacia los riesgos es combinada con la apertura hacia cambios. El problema con las alarmas permanentes para impedir peligros es que las alertas se convierten en la profecía autocumplida. La gente puede empezar a encontrar a otros con esas ideas

preconcebidas acerca de la hostilidad que hacen que los otros empiecen a comportarse en consonancia con esa expectativa. Esta es una ocurrencia muy común, como sabemos, desde los estudios psico-sociales acerca de los estereotipos.

Obviamente, solo en sociedades modernas pueden haber fundamentos sólidos para el miedo: vivimos en lo que Ulrich Beck ha bautizado como una global “sociedad del riesgo”. Ahora podemos hacer explotar el planeta varias veces. Pero el miedo puede ser exagerado y puede ser manipulado y explotado por razones políticas (el miedo al terrorismo sirve para erosionar los fundamentales derechos civiles y las libertades) o por razones comerciales (el miedo al virus que ayuda a vender vacunas). A menudo, como demuestra el caso de la fobia al terrorismo, la posibilidad de que ocurran actos terroristas y la probabilidad de ser víctima de un terrorista tienen poca relación con las campanas de alarma que han puesto en marcha gobiernos y medios de comunicación.

Una cultura del miedo crea serios obstáculos para la cohesión social y para la coexistencia pacífica. Aunque mucha gente no se da cuenta, la vida diaria de Ámsterdam en la actualidad es mucho más segura que la de un pueblo medieval. Necesitamos una diferenciada adaptación a los contextos modernos que son mucho más multicolores que aquellos de nuestros ancestros. En el siglo XXI precisamos, para nuestra supervivencia como especie, más esperanza que miedo. Más “buenas noticias” en el noticiero diario y en la cobertura informativa sirven para una más adecuada adaptación a contextos modernos que esa reliquia de la edad de piedra: las “malas noticias”. Dominique Moïse ha propuesto una división en el mundo de las culturas del miedo, la esperanza y la humillación. Concluye su estudio sobre la geopolítica de la emoción declarando: “Para responder a los retos que nos enfrentamos, el mundo necesita esperanza” (Moïse, 2009: 159).

### **La institucionalización de la comunicación humana**

La evolución de la comunicación humana es una historia fascinante de la adaptación humana a su ambiente. A través de procesos fisiológicos tales como el descenso de la laringe, los primitivos homínidos desarrollaron la capacidad de la comunicación vocal como una herramienta esencial en la tarea de dar forma a las relaciones sociales. La necesidad humana básica de comunicar fue conforme avanzaba el tiempo – definitivamente en sus funciones públicas- institucionalizada en estructuras empresariales públicas y comerciales con declaraciones de objetivos, códigos de conducta, divisiones jerarquizadas, modalidades de finanzas, prácticas de gobernanza, autoridades de los medios y consejos profesionales. Las instituciones fueron desarrolladas en gran medida como correas de transmisión lineal para contenidos idénticos e idénticos formatos de transmisión. Dentro de esas instituciones, una clase profesional emergió –frecuentemente con certificados- para monopolizar la comunicación pública.

Recientemente, las nuevas tecnologías emergieron con la promesa de una forma de institucionalización diferente. Facebooks, weblogs, twitters y otros aumentaron la expectativa de más interactividad, más independencia y más creatividad.

Todavía queda por ver si esas innovaciones se convertirán en nuevas instituciones de transmisión o en instituciones de empoderamiento. Alguna preocupación está justificada cuando uno percibe las llamadas para la instalación de cortafuegos, reglas de conducta, legislación protectora y sistemas de gobernanza. Sin embargo, las instituciones que facilitan esta galaxia de Internet son grandes empresas de computación, operadores de telecomunicaciones y buscadores corporativos que difícilmente son candidatos serios para la revuelta de dichas instituciones.

### **Conclusión**

Los estudios sobre cultura y psicología están aprendiendo de Charles Darwin. El campo de la comunicación social debería también beneficiarse de los hallazgos de la biología evolutiva. Eso podría ayudar a desarrollar conocimientos significativos sobre la naturaleza y el desarrollo de la comunicación humana. También podría abrir nuevas áreas de investigación productiva para aportar futuras respuestas, adecuadas y adaptables, a contextos cada vez más complejos, rápidos y en expansión.

La perspectiva evolutiva puede conducirnos a un mejor entendimiento de los obstáculos para la comunicación intercultural al empezar a captar las diferencias en la adaptación comunicativa a contextos variados y las similitudes que aplican a comportamientos humanos en todas partes.

Probablemente, también sea muy útil saber que las respuestas adaptables se desarrollan a una velocidad lenta. No deberíamos esperar que ideas que fueron perforadas en nuestras mentes durante millones de años vayan a cambiar de un día para otro, a pesar de la disfuncionalidad que puedan tener hoy.

### **BIBLIOGRAFÍA**

Davis, H. & McLeod, L. (2003). "Why humans value sensational news: An evolutionary perspective. *Evolution and Human Behavior*", 24(3) : 208-216.

Moïse, D. (2009). *The Geopolitics of Emotion*. London, The Bodley Head.

## Vivir el nuevo orden informativo internacional



Roberto Savio<sup>5</sup>

Una prueba que utilizo a menudo cuando voy a reuniones de periodistas o a cursos universitarios de comunicación, es pedir que levanten la mano quienes sepan qué es el Nuevo Orden Internacional de la Información. Algunas veces, la levantan. Pero, inmediatamente después, cuando pregunto si alguien conoce el Nuevo Orden Económico Internacional, la sala queda inmóvil. Pero si no se contextualiza el debate sobre la información en la historia de la postguerra, se puede leer sólo con el valor dominante de hoy, es decir, el del Mercado, y no se puede comprender cómo en pocos decenios, coincidentes con mi vida profesional, se ha llegado al actual Orden Mundial de la Información del Mercado (OMIM), que los jóvenes creen que es el estado natural de las cosas.

Sin embargo, durante algunas décadas el mundo ha vivido un período de optimismo y diálogo, basado en la convicción de que sería posible crear una nueva gobernabilidad mundial, sustentada en valores como la justicia social, la participación o el desarrollo, creando un gran acuerdo entre el Norte y Sur del mundo.

Eran estos los valores fundacionales de Naciones Unidas, junto a la idea central de que sería posible evitar la repetición de azote de la guerra. El proceso de descolonización que, en pocos años, vio el nacimiento de nuevas naciones en África, Asia y Latinoamérica, requería establecer urgentemente un escenario de relaciones entre excolonias y expotencias coloniales, donde el elemento central fuera el de nuevas relaciones, fundamentadas en el respeto recíproco y la cooperación.

El proceso de descolonización, desarrollado en las dos décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, fue utilizado de manera dramática por los protagonistas de la Guerra Fría, que vieron el mundo nacer sólo como un campo en el cual buscar el mayor número de aliados (mejor si incondicionales).

El camino hacia la creación de las nuevas democracias, basadas en las relaciones con los propios electores, frecuentemente sin preparación para los tiempos nuevos, venía a menudo decidido por el escenario internacional, que era mucho más determinante que el nacional. Los

---

<sup>5</sup> Consultor internacional en temas de comunicación y fundador de la agencia de noticias *Inter Press Service (IPS)*.

gobernantes recibían legitimidad y apoyo económico así como impunidad, escudándose en un bloque o en el otro. Los dos bloques intervenían a menudo en varios países, para asegurarse de que sus gobernantes sobreviviesen a las oposiciones internas, también realmente democráticas. Se hizo famosa la expresión del Presidente Roosevelt sobre el dictador Somoza: “*He is a son of the bitch, but he is our son of a bitch*”<sup>6</sup>.

La ONU, hasta cierto punto paralizada por la Guerra Fría, era el ruedo político en el cual los contendientes se medían. Los países miembros pasaron rápidamente de 40 a más de 140; y los recién llegados, ya en la mitad de los años cincuenta, notaron que no era aceptable vivir sólo como apéndices de los contendientes del Norte, también porque países con el tamaño de India o de China no podían simplemente aceptar este papel reducido, mas allá de las preferencias ideológicas.

Fue así que en el año 1955, en la ciudad de Bandung, el indonesio Sukarno, el chino Zhou En Lai y el indio Nehru convocaron a otros 25 países (23 asiáticos y 6 africanos) para una alianza basada en la común situación de pobreza y retraso. La declaración final pedía el apoyo de los movimientos comprometidos con la lucha contra el colonialismo, el rechazo a las alianzas militares creadas por las superpotencias, así como la creación de una agenda de cooperación política internacional que abriría el camino de no-alineación con las dos hegemonías, sino hacia un camino propio.

El clima que se respiraba en Bandung (éramos en total seis europeos, y ningún norteamericano, sin contar los corresponsales extranjeros residentes en Yakarta) era un clima de gran esperanza y optimismo que concebía la creación de un nuevo mundo basado en la desaparición de la amenaza nuclear, el desarrollo de las nuevas naciones y la dignidad de sus ciudadanos, respetando las diferencias recíprocas, y comprometiéndose con la no intervención en los asuntos internos de otros países. Para mí, aprendiz de periodismo, fue un choque importante descubrir que los periodistas occidentales éramos vistos como espectadores predispuestos, incapaces de comprender lo que veíamos, porque estábamos impregnados de una cultura de superioridad y hegemonía.

Debo decir que estaba en Bandung por casualidad. Entonces, era activista del movimiento estudiantil y habíamos tenido un encuentro con la unión de estudiantes indonesios. Como tenía una modesta actividad de *freelance*, vi la ocasión de escribir sobre cualquier cosa exótica y nueva. Pero viví como una injusticia el clima de rechazo hacia mi persona por parte de los

---

<sup>6</sup> “Es un hijo de puta, pero es *nuestro* hijo de puta”.

colegas de la prensa asiática. Por otro lado, en los medios occidentales el interés por esta nueva realidad era cercana a cero. Sólo pocos años antes, en 1952, el demógrafo francés Alfred Sauvy, en un artículo del *Observateur* había acuñado la expresión “Tercer Mundo”, no como una definición del campo político, sino como “el conjunto de países definidos como subdesarrollados” (en el lenguaje de la ONU). Un Tercer Mundo, ignorado, sufrido y despreciado como lo fue el Tercer Estado en la Revolución Francesa (los otros dos eran el clero y la nobleza). Mientras tanto Tibor Mende publicaba un libro que se convirtió para mi en un vademecum, *Las fronteras del Mañana*, que vendió apenas 12.000 copias.

Fue así, con gran sorpresa de la Oficina de Prensa de la Presidencia de Yugoslavia, que me presenté en Brioni, Yugoslavia, en 1956, para seguir la reunión entre Tito, Nasser y Nehru. Esta vez, fui visto como un probable espía italiano. A cambio entendí perfectamente la declaración final y el nacimiento de la estrategia del grupo de los No Alineados (NAM)<sup>7</sup>, que rechazaba el concepto de política de fuerza y del “bloques”, pidiendo como base fundamental del nuevo orden internacional la paz y la justicia social internacional. También esta reunión pasó totalmente inadvertida tanto en los medios occidentales como en el denominado bloque socialista.

Pero a los pocos días, a su regreso en Egipto, Nasser nacionalizaba el Canal de Suez, e ingleses y franceses decidían intervenir militarmente. Mientras tanto, Israel interviene por su cuenta hasta que, el 2 de noviembre de 1956, la Asamblea General de la ONU aprobaba la moción norteamericana con una aplastante mayoría (64 votos contra 5), en la cual se pide el cese inmediato de las hostilidades. Para mí, esta es la fecha de nacimiento del Tercer Mundo y de las así llamadas relaciones Norte-Sur. Se descubre que el Tercer Mundo existe y que la política de los cañoneros ya no es válida. Un nuevo orden internacional estaba en marcha, y no podía basarse sólo en la hegemonía militar.

Si se mira la prensa de aquellos días, sustancialmente la acción de Nasser fue vista como un acto de piratería, que expropiaba un bien europeo, con prepotencia y descaro. Esta actitud prevaleció por muchos años. Todavía en la mitad de la siguiente década, cuando me encontraba con personalidades occidentales, buscaba comprender si eran pre-Suez o post-Suez. La mayoría eran pre-Suez.

En 1957 viajé a la Conferencia de Beijing, organizada por la Unión Internacional de los Estudiantes. Éramos de los primeros extranjeros que entraban en China, hasta el punto que,

---

<sup>7</sup> NAM, Non-Aligned Movement

cuando andábamos por la calle, la gente se paraba a mirarnos. China era un país de 600 millones de habitantes, radicalmente igualitario. Después de mi intervención, el Ministro de Asuntos Exteriores, Chu En Lai, al saludar a las pocas delegaciones occidentales, se detuvo un momento y me preguntó si mi posición sobre el diálogo con el mundo que nacía era representativa de todos estudiantes italianos. Le dije que era sólo cuestión de tiempo. Me preguntó entonces si quería visitar la China, y acepté. Después de un viaje de dos meses, cuando regresé a la capital, solicité saludar al Ministro. Me recibió y me pidió que dijera en pocas palabras sobre lo que pensaba de China. Le dije: “Compañero Ministro, es sorprendente venir tan lejos y descubrir una realidad tan compleja”. Chu En Lai tenía una mirada *laser*, penetrante, ojos negros bajo espesas cejas. Me miró fijamente por un largo minuto, sin hablar, y cuando me encontraba claramente turbado, me dijo, en francés: “¿Tan lejos de dónde?”. Me dio la mano y se fue. Este episodio, en mi juventud, eliminó completamente cualquier egocentrismo y me ha ayudado a ver el mundo de manera diversa.

Al volver, escribí un largo ensayo en la revista *Questitalia*, de gran prestigio, en el cual describía la diferencia entre el camino soviético y el de los chinos, prediciendo una ruptura entre los dos partidos comunistas. Fui atacado por la derecha, ya que disminuía el peligro comunista; y por la izquierda, porque atentaba a la unidad del movimiento obrero. Siendo joven y, por ende, muy sensible, seguí todas las conferencias de los partidos comunistas para ver dónde me había equivocado. Hasta que en Berlín, en 1960, los delegados silbaban al chino que hablaba, determinando formalmente la ruptura.

Decidí entonces viajar a África, Asia y Latinoamérica, para comprender si los partidos comunistas de esos países habían seguido a Moscú o a Pekín. Así descubrí la complejidad de la cuestión, relacionada con la lucha por la hegemonía en la Guerra Fría y el intento claro de crear una coalición que diese identidad a los países, en una nueva alianza basada en elementos comunes de la realidad: la pobreza, la explotación y la dependencia eran el denominador común. La ruptura entre la URSS y la China de alguna manera era parte de las diferencias Norte-Sur, y era claramente un hecho interno de los partidos comunistas.

#### COMUNICAR DESDE EL SUR. EL ORIGEN DE IPS

A causa de este periplo en el Tercer Mundo, me perdí la Conferencia de Belgrado en 1961, donde nace formalmente el Movimiento de los No Alineados (NAM). Mientras tanto, la prensa

occidental asumía cada vez más una actitud de hostilidad en la confrontación del proceso en marcha, sobre todo, porque cuando se hablaba de hegemonía del Norte, el sistema informativo se sentía claramente aludido. El flujo informativo iba en dirección Norte-Sur. Las cuatro agencias occidentales (Reuter, AFP, UPI y AP) producían el 91,3% de la cobertura internacional, -según un estudio de la Universidad de Tampere, que se convirtió en punto de referencia de la investigación sobre los desequilibrios cuantitativos del sistema informativo-. También porque la denuncia del desequilibrio informativo se transformó en parte del discurso político de la descolonización y de la lucha contra el imperialismo. Kwame Nkyumah creaba en Ghana la Ghana News Agency, en 1960, y siguiendo sus pasos cada país se las ingenió para dotarse de sistemas informativos que ayudaran a un proceso de desarrollo e integración nacional.

Mientras el sistema del llamado bloque socialista permaneció indiferente por mucho tiempo al nacimiento de los medios del Tercer Mundo, en el cual veían al máximo de los posibles socios informativos, la reacción del mundo occidental fue casi considerarla un crimen de *laesa maiestatis*. Era bastante fácil denunciar la falta de profesionalidad y la dependencia gubernamental de los medios del Tercer Mundo; pero el tema de fondo fundamental era la necesidad de un periodismo que no fuera la repetición del modelo existente, sino que abriera el espacio a una mayor participación, así como a nuevos actores informativos, y este punto no era mínimamente considerado en el debate.

En 1962, comencé a escribir una serie de artículos sobre la necesidad de reducir la brecha de conocimiento y comprensión que separaba al Norte del Sur, hasta que finalmente un estudiante argentino que hacía un curso de especialización, Pablo Piacentini, vino a mi encuentro y me propuso realizar aquello que añoraba, una nueva agencia internacional de información. No tenía ningún capital. Pero me traía de regalo una red de estudiantes latinoamericanos en Europa que estaban dispuestos a escribir artículos, gratuitamente, para una mayor comprensión de Latinoamérica. Vivían en Europa y estaban cansados de leer sobre sus países en la prensa local sólo si había un golpe de estado o desastres naturales. Y además, tenía mi departamento de soltero, donde se podía convertir un dormitorio en una oficina. Sería suficiente distribuir artículos de países lejanos (en ese tiempo no existía ni siquiera el telex), para tener asegurado el éxito.

Se creó así la Roman Press Service (RPS), de la cual era director y propietario. Los corresponsales, identificados como miembros de la Agencia (donde ninguno era periodista), enviaban artículos por correo. Después de haberlos editado y traducido, los distribuíamos.



Cuando los periódicos los publicaban, nos pagaban generalmente tres meses después. Reteníamos el 50% y enviábamos a los autores el 50% restante, que veían llegar su compensación con cuatro o cinco meses de retraso.

Dudo que alguno se diera cuenta de esta empresa y, si lo hicieron, a nadie le importó. Pero el mundo continuaba cambiando, y yo decidí que había llegado el momento preciso de crear una verdadera agencia del Tercer Mundo y que para ello deberíamos partir desde Latinoamérica: porque era la vía más fácil y la que creaba menos resistencia en los medios europeos. Publicar un artículo escrito por un latinoamericano era una cosa exótica. Pero publicar un artículo escrito por un africano, asiático o árabe se consideraba ir contra la profesionalidad, cualidad que en aquellas regiones, desde el punto de vista occidental, no podía existir. Cualquier cosa que venía de afuera se consideraba necesariamente propaganda.

Fue así que, utilizando un programa de la República Federal de Alemania -que de vez en cuando invitaba a numerosos periodistas en el campo de la Guerra Fría para mostrar la fuerza de la democracia alemana-, que convencí a un funcionario de la Konrad Adenauer, Peter Molt, a invitar a una treintena de periodistas. La idea era que, después de visitar Alemania, pudiéramos reunirnos en una conferencia de dos días con el objetivo de crear una nueva agencia, que se ocuparía de mejorar el conocimiento sobre Latinoamérica en Europa. Esto estaba en la línea de actuación de los partidos demócrata-cristianos de Europa y de Latinoamérica, deseosos de crear una internacional demócrata-cristiana que compitiera con la comunista y la socialista. Curiosamente, mi campaña por un mayor conocimiento del Tercer Mundo tenía cierto éxito, justamente con la democracia cristiana. El Partido Comunista tenía su estructura internacional, que veía a los países en el contexto de la guerra fría, y las relaciones con los Partidos Comunistas de esos países, con distorsiones sorprendentes. La Internacional Socialista tenía su estructura, que compartía esos mismos defectos. La Democracia Cristiana se había desarrollado en un contexto netamente europeo y descubrir que en Chile y Venezuela, por ejemplo, había partidos demócrata-cristianos o en África movimientos de inspiración social-cristiana, creó un gran entusiasmo. Entré en la Oficina de Relaciones Exteriores de la Democracia Cristiana (DC) (con un título ambiguo de Encargado de las Relaciones con los Subdesarrollados) y fui contratado como periodista del *Il Popolo*, órgano de la DC, y de hecho, el diario del gobierno. Gracias a estos contactos, la DC fue el cliente más importante de la Roman Press Service y de nuestro errático servicio.

La conferencia de creación de Inter Press Service se realizó en Febrero de 1964 en Eicholz, un pequeño pueblo vecino a Bonn, donde la Konrad Adenauer Stiftung tenía un centro de

conferencias. Era la primera vez que periodistas del Tercer Mundo se reunían en Europa para crear un servicio de información redactado por latinoamericanos para los europeos. Nacíamos como una cooperativa, sin fines de lucro. Me oponía a detentar la propiedad de un sistema que veía como un ideal, y con esta fórmula todos debían elegir los cargos directivos. Era también la primera vez que se creaba una cooperativa periodística internacional. Algunos experimentos de propiedad cooperativa se habían realizado, como *Le Monde*, pero siempre a escala nacional. Para que IPS se mantuviera fiel a su función de dar voz a quienes no la tenían, se decidió que se utilizaran preferiblemente periodistas del mismo país como corresponsales y, sólo en caso excepcional, periodistas de la región, pero nunca periodistas de otras regiones. Por estatuto, que proclamaba los propósitos y los ideales de IPS, al menos dos tercios de los socios debían provenir del Sur del mundo. Cada periodista tendría derecho a un voto, pero sin ningún reparto de eventuales ganancias, que quedaban destinadas al desarrollo de la agencia: unacooperativa internacional, sin fines de lucro.

Pero en Eicholz salió a la luz un conflicto latente, que había logrado controlar con la Roman Press Service, ya que era una estructura mucho menos ambiciosa conmigo como propietario y dirigente, y por lo tanto sin muchas voces. Si IPS era la continuación de RPS, los dirigentes de la DC que se relacionaban con nosotros esperaban que la nueva criatura, que había utilizado el apoyo de la DC para reunirse en Eicholz y constituirse, naciese como parte de la galaxia democristiana. Mi proyecto, en cambio, era crear una agencia profesional, que diese voz al proceso democrático del Tercer Mundo, pero a todos, no solamente a los demócratas cristianos. Por proceso democrático entendía cualquier fórmula que abriese una mayor participación popular, con la función de destacar realidades tan diversas, aunque esto no pasara por la fórmula de la democracia inglesa. El segundo objetivo era el de dar voz a las fuerzas y al proceso de cambio, que conduciría a una mayor justicia social y a una modernización nacional. La prueba de fuego era Cuba, que todavía no estaba alineada firmemente en el campo socialista, y donde la fórmula de participación y justicia social tenía aspectos positivos. Para quien se ponía los anteojos de la Guerra Fría, Cuba, en cambio, era solamente un enemigo. Y aunque esto habría resuelto el gran problema de la financiación, no consideraba apropiado que IPS naciera ligada a los esquemas de la Guerra Fría.

Tras dos días de debate fui elegido Director General y mi línea de acción fue aprobada. Pero era una victoria pírrica, porque la DC nos deseó éxito en nuestro proyecto y en nuestra independencia, pero los partidos no comprarían más nuestro servicio periodístico ni darían más apoyo.

La primera reunión del Consejo de Administración electo fue un sube y baja del optimismo de la voluntad y del pesimismo de la razón. Mientras tanto, la estructura de Roman Press Service (una secretaria, dos traductores, un administrativo) pasaba a Inter Press Service, que nacía con un déficit financiero de aproximadamente 5.000 euros de hoy, que, en esa época, parecía aterrador (una secretaria costaba 30.000 liras al mes, el equivalente de 15 euros de hoy). Pero estaba convencido de que había una clara necesidad de una agencia de este tipo, que acompañase el nacimiento de un nuevo mundo y que si teníamos el tiempo necesario, al final se financiaría en el mercado.

Entonces que tuve una idea brillante. Mis padres habían aceptado que hipotecase su casa para tener un capital con el cual comprar un departamento y casarme. Mi novia, Colette (que fue la verdadera *Cirenea* de IPS al someterse a mi absurda vida, necesaria para crear y desarrollar la agencia) aceptó que fuéramos a vivir a un departamento en alquiler, y que el capital de la hipoteca fuese a financiar IPS. Fue así que durante 20 años IPS pagó las cuotas semestrales de la hipoteca sobre la casa de mis padres, que aun siendo músicos y libre pensadores fueron los menos entusiastas sobre esta operación.

## EL NACIMIENTO DE IPS

La creación de Inter Press Service se desarrolló en un escenario de tres eventos distintos, pero de alguna manera relacionados: el primero fue que unos meses después, en Ginebra nacía el Grupo de los 77, en el seno de las Naciones Unidas. Nacía una alianza que representaba la voz de los países del Tercer Mundo para negociar la gobernabilidad mundial sin tener que aliarse con los dos bloques hegemónicos. Informado por uno de los líderes del movimiento, el diplomático venezolano Manuel Perez Guerrero, más tarde Presidente de IPS, viajé a Ginebra para participar en la Primera Conferencia de la UNCTAD, organización nacida para vincular el comercio con el desarrollo (liquidada, después, por la Organización Mundial del Comercio, nacida deliberadamente al margen de las Naciones Unidas). En la conferencia de las Naciones Unidas, los países se reunían o en el grupo B (occidentales) o D (socialistas) o A y C (Asia, África y Latinoamérica). Con la vigilia de la UNCTAD, los países del grupo A y C emitieron una declaración conjunta basada en su identidad distinta del grupo B y D. Así nació el Grupo de los 77.

Pasé días de intenso *lobby*, para dar a conocer la existencia de la nueva agencia. Aunque había mucho interés, no se veía cómo introducir en un sistema intergubernamental una organización privada (en ese entonces no existía el concepto de organización no

gubernamental), y yo no aceptaba que se convirtiera formalmente en la agencia de un país miembro de las Naciones Unidas para entrar en el mecanismo del sistema. Quedaba claro que el tema de la información no estaba en la agenda de la nueva alianza que nacía, sobre todo, para tener una función de negociación en el sistema de las Naciones Unidas. Muchos estados luego vieron como poco legítimo que un grupo de periodistas operasen sin pasar por sus instituciones públicas, que estaban comprometidos, unos más y otros menos, en la creación de agencias de prensa nacionales.

El segundo evento fue que el mundo de la información reaccionó muy negativamente a la noticia de la creación de una cooperativa internacional de periodistas, que declaraban que el de ellos era un desequilibrio informativo a favor del Norte y querían dar vida a un servicio, redactado en el Sur, que ofreciera un enfoque sobre los procesos políticos, económicos y culturales vistos por los protagonistas de aquellos países.

Saint Pol de AFP, en un juicio despectivo, me dijo: "Aquello que es verdad en París también es verdad en Tombuctú. De ahí que un periodista francés puede escribir sobre Tombuctú sin problema: de hecho, escribirá mejor que un periodista africano. Por esola idea de IPS es antiprofesional, y se explica solamente si deseas hacer una agencia de propaganda de los pésimos gobiernos del Tercer Mundo. Finalmente la idea de una cooperativa es una opción claramente política. Los medios funcionan si tienen una propiedad clara, que tiene la última palabra. "¿Cómo harás para dirigir a personas que pueden sacarte de Director, cuando los critiques por su trabajo? Y, ¿cómo harás para llegar a acuerdos con africanos, asiáticos, latinoamericanos y europeos, que no se conocen y que deciden la dirección de su propia fuente de trabajo?"

El tercer evento fue que, en este cuadro de escepticismo y hostilidad, encontré apoyo real en Chile. Me convertí en amigo del candidato demócrata cristiano a la Presidencia, Eduardo Frei Montalva que, en 1963, vino a Roma buscando el apoyo de la DC italiana. El Director de la Oficina Internacional, Bernassola, estaba convencido que Frei, tercero en los sondeos, no ganaría jamás, por lo que se hizo el vacío en torno a un candidato sin esperanza. En cambio yo estaba convencido de que podría ganar e hice todo lo que posible para ayudarlo. Ilustré a Frei sobre el enorme desequilibrio informativo, causa de la falta de conocimiento y comprensión de la política chilena. Frei me prometió que si era elegido Presidente apoyaría el crecimiento de IPS.

En septiembre de 1964, Frei ganó las elecciones con una mayoría aplastante, y la misma tarde de su elección le recordé su promesa. Pero añadí que también deberíamos encontrar

una fórmula que respetase la independencia de IPS, pues no debía aparecer al servicio de Chile, porque esto era lo que las agencias tradicionales esperaban para liquidarla. Frei estaba interesado en apoyar la agencia, porque estaba empenado en fomentar una alianza de los países democráticos de América Latina, para buscar una integración regional (lo que se llamó el acuerdo de Bogotá). Por esta razón, estaba interesado en ir más allá de las relaciones con los partidos demócrata-cristianos de América Latina, que muchas veces (como en Venezuela) estaban en la oposición. Comprendía así muy bien la línea de IPS.

Era fácil de decir, pero era difícil imaginar una fórmula transparente y legítima para conseguir apoyo financiero. Mientras tanto, debíamos pasar de ser una agencia de correspondencia por correo a una agencia que trabajara con las telecomunicaciones. Aquí vale la pena precisar que la gran fuerza de las agencias denominadas internacionales era su sistema de telecomunicaciones, con cables submarinos transatlánticos y transmisiones de 24 horas de noticias. Hasta fines de los años 70, la única manera de transmitir noticias era utilizar cable con costos gigantescos, o transmitir por impulsos eléctricos en el éter por *Single Side Band*. En otras palabras, el teletipo era una máquina de escribir que tenía un lector, leía un texto que, a través de un conversor, conmutaba a señales eléctricas que capturaba un transmisor y eran enviadas al espacio, venían interceptadas por otra antena, que enviaba las señales a otro teletipo, donde el lector lo convertía en letras que venían automáticamente impresas, a la velocidad de 50 palabras por minuto. Las agencias poseían esta estructura y realizaban el servicio durante las 24 horas. En los años ochenta, un cambio de época se hizo patente con la puesta en servicio del satélite, que trajo un servicio de calidad constante, a costo reducido. Hoy, con Internet, el costo de las comunicaciones es inexistente. El desarrollo tecnológico por lo tanto fue una gran democratización, eliminando la supremacía y el monopolio de las grandes agencias, las únicas que podían permitirse inversiones de gran capacidad.

Lamento si tenemos que entrar en una larga disquisición técnica, pero sin esta no es posible comprender el nacimiento y la expansión de IPS.

Existía una compañía de telecomunicaciones para la prensa, Press Wireless, norteamericana, que proporcionaba servicios. A ella me dirigí para descubrir lo siguiente:

Para enviar una noticia de Roma a Chile, las dos primeras sedes de IPS teleconectadas, tenía que alquilar un mínimo de una hora, y tener un teletipo en Roma y un teletipo en Santiago. Tenía que pagar a la filial italiana de Press Wireless en Roma, la Radio Stampa, 21 dólares por una hora de transmisión. Esta venía captada por Press Wireless en Washington y la recepción de una hora costaba 2 dólares. Luego había que retransmitir a Montevideo, donde estaba la

sede para Latinoamérica de Press Wireless, y pagar otros 21 dólares de transmisión, además de otros 2 dólares para la recepción en Montevideo. De ahí, se retransmitía la hora de material y la transmisión costaba nuevamente 21 dólares. Luego, en Santiago, la Press Wireless lo recibía y teníamos que pagar otros 2 dólares. Moraleja: transmitir una hora de 50 palabras por minuto, esto es 3.000 palabras, llegaba a costar 52 dólares. Esta la razón por la que los clientes de Press Wireless eran los corresponsales de grandes periódicos y agencias menores.

De Marino, Director de Radio Stampa, la filial italiana de Press Wireless, era un cortés caballero que me pidió conocer al ingeniero de IPS para poner en marcha los acuerdos. Pero quedó muy sorprendido cuando le dije que no teníamos ingeniero y que yo debía ocuparme. Me explicó pacientemente que la transmisión por éter estaba sujeta a una cantidad de factores y que no podía poner una agencia internacional sin entender nada. Al final me ofreció hacer una práctica en la sede de Montevideo, visto que al inicio estaríamos concentrados en el intercambio entre Latinoamérica y Europa. En un par de semanas podría entender, al menos, de qué se trataba y para entonces contrataría un ingeniero.

El director de la sede en Montevideo, Guimaraes, era otro cortés caballero y me apreciaba por mi insaciable curiosidad. También me hice amigo del técnico de la recepción y transmisión. Descubrí que el sistema estaba organizado sobre la base de nódulos de comunicación a través de los cuales se desarrollaba el tráfico. Pero cuando Washington transmitía a Montevideo, la señal sobrevolaba gran parte del continente y en consecuencia se podía recibir directamente. Pero esa no era una buena idea para Press Wireless.

Sentía vergüenza por el hecho de traicionar a Guimaraes; pero armado con este descubrimiento, marché hacia el director de Entel Chile, la compañía estatal de comunicación chilena, y le solicité que organizara una transmisión hacia los Estados Unidos y otra hacia Europa, ya que la ventaja de la señal se alargaba con la distancia, aquella con Washington cubriría toda Latinoamérica y la de Roma toda Europa. El director me dijo que, en teoría, tenía razón, pero en los hechos no, porque todas las comunicaciones pasaban vía Nueva York o Washington y, por lo tanto, consideraba mi idea una pérdida de tiempo. Tuve que volver a solicitar al Presidente Frei su apoyo y finalmente Entel Chile hizo las pruebas de transmisión, que fueron captadas perfectamente en todos los países. Recuerdo que el Director General de PTT francés, en la Rue de Grenelle, salió a recibirme, ya que por primera vez se había realizado una conexión directa entre Francia y Latinoamérica sin pasar por los Estados Unidos. La primera banda de transmisión de IPS es del 15 de mayo de 1965.

En realidad, a parte del anquilosamiento burocrático y la fuerza tecnológica comercial

norteamericana, eran décadas que nadie intentaba crear una nueva agencia y, en consecuencia, nadie había presionado para lograr una transmisión directa. IPS fue la ocasión que llevó a la innovación. Años después, cuando el *Low Cost* desafiara la fórmula centralista del HUB, utilizado por las grandes compañías aéreas, consiguiendo un gran nicho de mercado, me volvió a la mente la experiencia de los primeros años. Si hubiéramos tenido un ingeniero probablemente habríamos seguido la tendencia. Simultáneamente, fue para mí muy instructivo que, por la falta de recursos, tuviese que seguir personalmente todo el frente de negociaciones y de estrategia de IPS, delegando en mi segundo en Roma, Giovanni Spinelli, el trabajo interno de gerencia y ejecución de los acuerdos que estábamos firmando por el mundo. Mi presencia en Roma se reducía a un total de tres meses al año. Si estas funciones las hubiera hecho un gerente tradicional, probablemente IPS habría muerto en poco tiempo.

#### **SUPERANDO OBTÁCULOS. PENSAR NUEVAS VÍAS DE COMUNICACIÓN**

El descubrimiento de cómo las telecomunicaciones se organizaron en beneficio de la ventaja comercial de Press Wireless, me abrió un campo inexplorado: abandonar los mecanismos establecidos e intentar nuevas vías. Pagar a Entel Chile 21 dólares por una hora de transmisión que cubría toda una región, ya que no utilizaba el sistema de nodulos, nos bastaba para hacer convenios con los entes de telecomunicaciones de varios países, y pagar 2 dólares de recepción por cada país. En la práctica, si se tenía diez puntos de recepción en Europa, entre una transmisión de una hora y diez recepciones, el costo total era solo de 41 dólares.

El sistema alternativo al SSB, utilizado comercialmente, era el telex, que costaba 3 dólares el minuto por punto. Esto era, enviar 60 palabras de Santiago a París costaba 3 dólares. Era un servicio caro, utilizado sólo por las grandes sociedades. En algunos casos el telegrama era el sistema más conveniente, pero la embajada de Estados Unidos recibía cada día, por telex, un servicio informativo del Departamento de Estado de aproximadamente 3.000 palabras. Ningún país del Tercer Mundo se lo podía permitir.

Así fue que propuse al gobierno chileno que contratara a IPS como *carrier*, para enviar por cinco días por semana un boletín informativo de 900 palabras (15 minutos) redactado por el Ministerio de Asuntos Exteriores, para sus embajadas en el mundo. El costo del servicio saldría un tercio de la tarifa del telex. Para ver sólo el caso de Europa, Chile habría tenido que pagar por telex 450 dólares, por 15 minutos hacia 10 países. Nosotros pedíamos 150 dólares (y gastábamos 41, pero por una hora).

El Ministro de Relaciones Exteriores, Gabriel Valdés, era un partidario convencido de IPS. Presentó dicha propuesta al Senado, que fue aprobada por unanimidad, ya que llevaba al servicio diplomático chileno al nivel de una gran potencia. Con la presentación de Chile, en pocos meses logré cerrar acuerdos con Argentina, Perú, Colombia y Venezuela, los integrantes del acuerdo de Bogotá.

Este acuerdo tenía varias ventajas. Sobre todo, porque por unos sesenta minutos de transmisión que alquilábamos a cada país, el boletín diplomático nos ocupaba sólo 15. Nos quedaban 45 minutos para enviar el material de IPS. Teníamos cinco contratos y quedaba bastante espacio para un buen servicio periodístico, no de noticias, sino de análisis. Además, facturando 15 dólares al día por cada embajada (contra 45 del telex), recibíamos sumas nada despreciables para ese tiempo (el contrato con Chile, por ejemplo, era de 60.000 dólares anuales). Ciertamente, IPS fue la primera agencia en emplear periodistas que, además de escribir, debían recoger cinco veces a la semana los boletines diplomáticos de la sociedad de telecomunicaciones (después colocamos teletipos en todas las oficinas) y entregarlos a las Embajadas. Las primeras ventas a los periódicos fueron utilizadas inmediatamente para pagar un mensajero y eliminar este trabajo que nada tenía que ver con el periodismo. Sin embargo, el entusiasmo de dar vida a una agencia de la cual todos eran propietarios, y donde se hacía un trabajo libre y analítico, hacía funcionar bastante bien el periodo de instalación de las oficinas y los contratos con las embajadas. Procedimos luego a crear IPS Telecomunicaciones, para que los gobiernos estipularan contratos con ésta y no con IPS Agencia Periodística, para separar, también formalmente, la agencia de las relaciones con los gobiernos.

De esta manera a finales de 1965, IPS había abierto una red de oficinas en Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá, las dos Europas (occidental y socialista) y algunos países de Asia y África (donde estaban las embajadas de los países contratantes). Lo que es más, estas oficinas funcionaban por teletipo, exactamente como las agencias que existían hacía décadas, y que se sabía muy bien a quién obedecían. De IPS no se sabía nada, y ¿a quién respondía? La historia que fuera expresión de un grupo de periodistas no la quería creer nadie. Fuimos víctimas de ondas de rumores sucesivas: primero decían que era de la CIA, pero en vista de que no estaba ligada a la posición occidental, se habló de la KGB. Finalmente, ya que la sede era Roma, del Vaticano.

Mientras tanto, nosotros buscábamos lanzar un servicio que fuese directo a los procesos, y no a los sucesos. Que colocase cada noticia en su contexto. Que diese la voz a los autores no tradicionales, exponentes de la cultura, de aquello que hoy se llama sociedad civil, es decir, a



los actores ignorados en el sistema de valores tradicionales de la información. Era un servicio muy distinto comparado con aquel de las agencias periodísticas, a las cuales dejábamos la lucha por los *spot news*, que considerábamos más que cubiertas por las cuatro transnacionales. Todo esto, escrito por periodistas de cada región, situación que dejaba nerviosos a los corresponsales de las agencias, casi todos europeos o norteamericanos. Los honorarios de nuestros corresponsales era igual al de los Jefes de Edición de un periódico local, mientras el corresponsal extranjero costaban por lo menos 20 veces más, entre indemnización y honorario. IPS era sujeto predilecto de habladorías en la asociación de corresponsales extranjeros y en las reuniones de dirigentes de las agencias occidentales. La Agencia EFE, española, se dió una vuelta por todos los gobiernos clientes del servicio de telecomunicaciones de IPS, ofreciendo el mismo servicio con mejores condiciones, logrando en algunos casos romper contratos convenidos, como fue el caso de Uruguay. Y todo el sistema se cerró en banda, buscando quitarse de encima al recién llegado, que no se atenía a los cánones establecidos. ¿Quiénes éramos y qué cosa queríamos? ¿Por qué no éramos como los otros?

Buscamos hacer una contra campaña, argumentando que la historia nos enseñaba que eran posibles sólo tres modelos de agencias periodísticas internacionales. Primero, el de las agencias con un mercado doméstico, realmente amplio, que debía abrir una red propia en el extranjero para satisfacer las necesidades. El único caso eran los Estados Unidos, y no podía ser un modelo para nosotros, dada la escasez y pobreza de medios en el Tercer Mundo. El segundo modelo era el de las agencias *bandera*, agencias que, sin el apoyo nacional, no habrían podido permitirse una red en el extranjero: AFP, que recibía del estado francés una suma equivalente al 60% de su presupuesto, bajo el formato de suscripciones, fórmula utilizada también por EFE, ANSA y DPA. Pero esto era válido también para las tan criticadas agencias nacionales del Tercer Mundo, que sin el apoyo del Estado no les habría sido posible mantenerse con los modestos medios de su país y nosotros no queríamos ser una agencia bandera, sino una agencia realmente internacional, no transnacional, como las cuatro tradicionales y ser independientes de los gobiernos. Finalmente, el tercer modelo, era el de REUTER, que no tenía ni un mercado suficientemente grande ni recibía ayuda del Estado para tener una gran red internacional. Pero REUTER había creado un servicio de cotización en la bolsa, al que estaban abonadas un número de empresas infinitamente mayor que el de periódicos que hubieran podido suscribir su servicio periodístico, que por lo tanto, estaba en pérdidas. Pero las ganancias del servicio de la bolsa estaban financiando el servicio periodístico. ¿Y no era este mismo caso el de la IPS? Sólo que en vez de vender informaciones de bolsa, alquilábamos telecomunicaciones.

## QUEBRAR EL MONOPOLIO INFORMATIVO

Sin embargo, incluso en este escenario de desconfianza y hostilidad, poco a poco los periódicos comenzaban a utilizar el material de IPS. El corresponsal era, además, encargado de vender el servicio y de la administración de la oficina, que tenía casi siempre al menos un mensajero y un encargado del telex. IPS se basaba en el descubrimiento de tantos Leonardo da Vinci, que hacían simultáneamente funciones que, en las agencias tradicionales, se dividían entre varias personas. Quizás sea por esta escuela que, entre los centenares de periodistas que se formaron en IPS, muchos hicieron una brillante carrera, de ministro de informaciones a director de medios o a parlamentario. Poder hacer funcionar una oficina de IPS era una escuela difícil, que una vez superada, creaba periodistas de gran capacidad organizativa y analítica, bastante diferentes de los *spot news guys* de las agencias tradicionales. Vale decir que, sin el extraordinario empeño y la gran devoción de sus socios, IPS no se habría consolidado jamás.

Mientras tanto, el debate sobre el sistema de informaciones y comunicación comenzaba a tomar cuerpo en el mundo de las Naciones Unidas, así como en el interior del Movimiento de los No Alineados y del G77. Uno de los problemas fundamentales era que existían diversas realidades entre África, Asia y Latinoamérica. En este último continente la revolución cubana había introducido una ola de movimientos políticos de fuerte reivindicación, mientras en África y Asia el proceso interno hacia la democracia venía complicado por factores étnicos y religiosos, que en el momento de la independencia de las potencias coloniales, había quedado arrinconado en la euforia y en la esperanza. La información era utilizada a menudo como instrumento de proyección del poder central, en base a una teoría de por sí sensata y basada en el hecho que los medios debían apoyar el proceso de identidad nacional y, en consecuencia, tener también una función pedagógica. Pero, frecuentemente, el gobierno la utilizaba como instrumento de propaganda, y una obtusa burocracia ministerial frenaba la capacidad de expresión de los medios públicos, dependientes de su presupuesto. Una vez encontré un excelente director de la APS argelina, que estaba tirando la toalla, pues acababa de recibir una carta del ministerio que le pedía cuantificar el costo de los eventos imprevistos para el próximo año, y donde también le daba instrucciones sobre sus prioridades con el fin de elaborar un presupuesto apropiado.

IPS optó por trabajar con las agencias nacionales por dos opciones fundamentales: la primera, porque no queríamos que quedasen expuestas sólo al modelo de las cuatro agencias transnacionales, que eran secretamente envidiadas por los periodistas locales. Iniciamos un gran esfuerzo de seminarios y becas (una constante en la vida de IPS), exponiéndoles otro modelo de periodismo, cosa que creó inclusive más antagonismo en las agencias tradicionales. Esta opción se tomó, sobre todo, porque eran las agencias nacionales las que distribuían a las agencias extranjeras en los medios locales, haciendo de filtro. Esta alianza trajo una redistribución del servicio de IPS, con un elevado número de publicaciones. Pero el hecho de que nuestros corresponsales escribieran de manera totalmente independiente, aunque eran oriundos del país, nos hizo perder no pocos contratos con gobiernos irritados. Sin embargo fuimos los primeros en establecer un servicio en Swahili (y en otros 16 idiomas). Las agencias de Angola, Mozambique y más adelante Cabo Verde, así como los movimientos de liberación que se convertían en gobiernos, el primer acuerdo internacional que suscribían era con IPS.

El período que va de la creación del Grupo de los 77 a la Cumbre del Movimiento de No Alineados en Argelia, en 1971, testimonió, sobre todo de la yugoslava TANJUG, y en menor medida de la tunecina TAP, un intercambio creciente sobre el tema de la información. IPS fue parte activa de este intercambio, aunque se consideraba primo lejano del sistema oficial. Finalmente, en la Cumbre de Argelia, apareció una resolución aprobada por los Jefes de Estado del Movimiento, que auspiciaba mayores intercambios de información entre los países miembros. A pesar de todos nuestros esfuerzos, no se incluyó ninguna mención a IPS como agencia profesional dirigida a facilitar este intercambio.

Iniciamos entonces un proceso activo de colaboración con TANJUG, cuyo director, Pero Ivacic, había concluido un acuerdo para utilizar IPS como distribuidor del servicio de TANJUG en Latinoamérica. Logramos así llevar a la Conferencia de Lima de los No Alineados del 1975 un documento de trabajo para un servicio informativo de distribución a las agencias nacionales que habíamos realizado conjuntamente TANJUG e IPS, cosa que permitió desarrollar la red en Asia y África donde, por entonces, éramos más débiles que en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Pero durante la conferencia el ejército depuso al gobierno y el Ministerio de Relaciones Exteriores peruano no llevó adelante propuesta alguna.

Mientras tanto los países del Tercer Mundo estaban empeñados en consultas continuas sobre cómo afrontar “un nuevo orden”, donde la presencia de otros 120 nuevos países en el escenario internacional revisara los viejos términos de un Norte hegemónico, dividido en dos grandes bloques contrapuestos, que buscaban en el Tercer Mundo sólo un campo de alianzas.

Protagonistas importantes de este diálogo fueron sobre todo los presidentes de México, Echevarría, y de Argelia, Boumediene. Se trataba de dos personalidades que habían comprendido que existía un espacio para una agencia independiente, profesional, que representase las nuevas realidades sin ser portavoz oficial. Su compromiso estaba dirigido, sobre todo, al campo económico, mientras que el tema de la información se mantuvo como prioridad para Yugoslavia y Túnez.

## IPS, NOEI Y NOII

Ciertamente fue un hecho histórico que, en 1974, la Asamblea General de Naciones Unidas adoptase la *“Declaration for the Establishment of a New International Economic Order”*<sup>8</sup> (NOEI), con una Carta de los Derechos Económicos y los Deberes de los Estados. Esta declaración preveía que los países en vías de desarrollo pudieran controlar a las multinacionales en su territorio, pudiesen expropiar compañías extranjeras en condiciones favorables, que el comercio internacional se basara en tarifas justas y remunerativas para los países productores y que los otros estados (es decir el Norte) se abstuvieran de medidas económicas, políticas y militares que intentaran restringir estos derechos. Se hace notar que el NOEI también fue suscrito por los países industrializados, el primero de todos fue Estados Unidos.

La misma Asamblea General adoptaba una resolución en que solicitaba la creación de un Nuevo Orden Mundial de la Información, que diese mayor participación al Tercer Mundo en el flujo informativo global, controlado casi enteramente por los medios del Norte en aquel momento.

Una vez más, cada referencia a las agencias independientes del Tercer Mundo estaba excluida, aunque en los corredores muchos delegados nos felicitaban personalmente por nuestro trabajo. Esta incapacidad de los gobiernos de ayudar a una agencia internacional que deseaba dar espacio a su propia voz y proporcionar siempre las declaraciones más importantes a las agencias transnacionales permanece como una realidad contradictoria del Sur.

Pero es necesario reconocer que Naciones Unidas entonces era exclusivamente un mundo intergubernamental. El concepto de sociedad civil era desconocido, y únicamente en el Plan de Acción de la Conferencia de Buenos Aires de 1978 para la creación de un Programa de

---

<sup>8</sup> Declaración para el establecimiento de un nuevo orden económico internacional.

Cooperación Técnica entre los Países en Vías de Desarrollo (PNUD), presentado por el PNUD, se hacia mención a “*Professional and Technical Agents*”<sup>9</sup>, es decir, a organismos privados, como posibles actores del Plan de Acción. Y es desde ese año que IPS comienza a afirmarse como actor internacional, porque son los programas de acción de las Naciones Unidas que le dan legitimidad en el mundo internacional. IPS, presente en Buenos Aires, propone la creación de una red entre los países del África, Asia y Latinoamérica, la *Development Network*, como PTA del Plan de Acción de Buenos Aires.

En 1976, la UNESCO, en su Conferencia General de Nairobi, hizo suya la invitación de la Asamblea General para dar vida a un Nuevo Orden Informativo Internacional e instala una Comisión de Expertos, dirigida por el Premio Nobel Sean Mc Bride, con el encargo de estudiar un Plan de Acción y presentarlo a la próxima Asamblea General. Uno de los futuros directores de IPS, Juan Somavia, que había creado en México el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, formó parte de la Comisión y pudimos jugar así un papel informal activo en la Comisión.

Sin embargo, en el Tercer Mundo, el NOII fue visto como parte del NOEI. Y es obviamente en el plano económico que se centra el debate Norte-Sur. El NOII quedó como una prerrogativa de los Ministros de Información, que son personajes de segundo plano y de escasos recursos económicos, sin sus interlocutores homólogos en los países industrializados. Pero se convierte en un punto importante de referencia en el interior del Movimiento de los No Alineados. En 1976, en Delhi, se realiza una conferencia de ministros de países miembros, donde India busca tomar el liderazgo, quitándoselo a Yugoslavia y Túnez. IPS juega un rol activo en la reunión, en la cual Yugoslavia presenta un plan de creación de un *pool*<sup>10</sup> de agencias del NAM, abandonando el acuerdo para la creación de un servicio profesional. Pero Ivacic consideraba políticamente muy peligroso el proyecto original de un servicio independiente para la agencia de Yugoslavia, un líder importante del Movimiento, que no podía distribuir puntos de vista en conflicto con los gobiernos miembro. Era mejor crear un *pool*, es decir, un acuerdo en base al cual cada uno enviaba su información y se comprometía a redistribuir la de los otros. La TANJUG se ofreció como de recepción y retransmisión del tráfico de las agencias nacionales e invitó a IPS a proporcionar su red de comunicaciones para ser un *carrier*<sup>11</sup> técnico.

---

9Agentes técnicos y profesionales.

10Grupo de agencias.

11Socio mensajero.

## UN PERIODO CONVULSO

Aquí se abre un importante paréntesis en el destino de IPS. Una serie de golpes de estado habían instalado progresivamente dictaduras militares en casi todos los países de Latinoamérica y habíamos perdido los contratos de distribución de boletines en las embajadas, ya que IPS era considerada por los militares demasiado independiente y progresista. Pero mientras tanto, habíamos concretado acuerdos con muchas agencias nacionales, a las cuales ofrecíamos distribuir, utilizando nuestra red, sus boletines a los periódicos clientes de IPS. Nosotros hacíamos la traducción y la distribución, por una compensación económica muy inferior a la que les hubiera costado una distribución directa. Casi todas las agencias árabes alcanzaron un acuerdo en ese sentido, y esta actividad se convirtió en una fuente económica importante.

La propuesta de TANJUG era una idea brillante desde el punto de vista político, pero desastrosa desde el punto de vista profesional. Nosotros conocíamos bien las limitaciones de las agencias nacionales, las cuales sobre todo proporcionaban una cobertura destinada sólo a los medios nacionales, sin ningún criterio que las hiciera compatibles con las exigencias internacionales. El trabajo de traducción que hacíamos era frecuentemente un trabajo de reedición, para volverlo mínimamente publicable, con protestas constantes porque los cambios que hacíamos eran considerados, a menudo, arbitrarios. JANA, la agencia libia, nos suspendió el contrato por algunas semanas porque habían decidido llamar al presidente egipcio Sadat, que abrió el diálogo con Israel, “El Cohen de Egipto”. Fuera de Libia esta definición de “traidor hebreo” era incomprensible, nosotros utilizábamos la dicción “el presidente pro-israelita Sadat”. Tuve que pasar una semana en Trípoli, implorando una aclaración con los funcionarios libios, para explicar que actuábamos a favor de sus intereses, y que nuestro objetivo era hacer la traducción con la mayor profesionalidad para que los periódicos las utilizaran. Otro caso fue el de India, en lucha abierta con Yugoslavia, nos veía como aliados de TANJUG y hacía de todo para excluirnos de la formación del *pool*; pero las numerosas agencias nacionales que nos habían contratado como *carrier* intervinieron en la disputa y ,al final, IPS tuvo el contrato de *carrier* del *pool* de las agencias de noticias del Movimiento de No Alineados.

La Conferencia de Jefes de Estado del Movimiento de No Alineados, reunida poco después en Colombo, ratificó las recomendaciones de la conferencia ministerial de Delhi, y así en 1976 el *pool* se puso progresivamente en marcha.

El papel de IPS como *carrier* del *pool*, junto a TANJUG, creó celos, especialmente de parte

de la agencia cubana Prensa Latina (PRELA), que quería aprovechar el contrato entre los países No Alineados para convertirse en el centro de intercambio entre los países latinoamericanos. Valga la aclaración que Estados Unidos estaba movilizándolo todo el continente en contra de Cuba y los distintos movimientos guerrilleros que en ella se inspiraban. Traté de hacer notar que la idea de que los gobiernos latinoamericanos pasaran por La Habana para su intercambio era políticamente imposible y que IPS más bien quería incluir a PRELA en su red como a los otros países, ya que esto era una gran ventaja para ellos. Pero un dirigente de PRELA, Timossi, me dijo claramente que yo era considerado un adversario, que los contratos de *carrier* que habíamos estipulado con varios países de Latinoamérica, todos burgueses, eran claramente una opción ideológica. PRELA no quería colaborar con IPS y había aclarado las cosas con TANJUG. Pero Ivacic me dijo que a ese argumento respondió que todos los países de Latinoamérica eran burgueses, y que TANJUG quería intercambiar información con los miembros del *pool*, e IPS tenía una red que alcanzaba a todos y continuaría trabajando con nosotros.

En el marco de la creación del *pool*, se puso en marcha una serie de conferencias regionales, en particular nace una Federación de las Agencias de Información Árabes, FANA, que propuso una conferencia anual con las agencias europeas. Fue así que en 1975, se llevó a cabo en Túnez el primer diálogo entre las agencias europeas y árabes, en el cual nosotros solicitamos participar como observadores. Teníamos excelentes relaciones con FANA, y con muchas agencias árabes, y el pedido se escuchó. Pero, en la inauguración, el Director General de TASS, Sergei Losev, pidió la expulsión de IPS de la conferencia porque no era una agencia profesional sino un órgano de la CIA. En cuyo caso, igual de válido era invitar a ITT, en clara referencia al rol que había tenido en el golpe de Chile. Pedí la palabra, pero el presidente tunecino Mahmoud Triki, no podía darla a un observador mientras otros miembros tenían el derecho. Fue aquí que el director de la agencia palestina WAFA, Abu Ziad, pidió la palabra y declaró que IPS era la única agencia que ayudó a WAFA en la formación de cuadros y que dio voz a los movimientos de liberación en el Tercer Mundo, desde el Timor hasta al Polisario. La delegación palestina creía que era un error de evaluación de la TASS, y que de cualquier manera este era un diálogo euro-árabe: si los europeos no querían a IPS, los árabes sí y por lo tanto IPS podía quedarse.

Fui a ver a Losev durante el almuerzo y le pregunté de dónde había recibido información tan absurda. Teníamos buenas relaciones personales y hablábamos a menudo sobre el buceo en el fondo marino, afición que ambos compartíamos. Me respondió que no era nada personal y que hacía lo que le habían indicado hacer.

## NUEVOS ALÍADOS

Era imposible dar un giro al Politburó en Moscú, y descubrir quién la había tomado con IPS y porqué. El único camino era encontrar una voz creíble, del mismo campo, que defendiese a IPS.

Entonces me presentaron a un exiliado uruguayo, Enrique Rodríguez, a quién había conocido en una recepción en Roma, que era un importante dirigente del PCU. Encontré en él una persona abierta, a la cual le hice la propuesta: IPS no tenía nada que esconder. Estábamos dispuestos a asumir un contador uruguayo, que contara con la confianza del PCU y en consecuencia tendría acceso a todos nuestros contratos. Si él encontraba cualquier cosa que no estuviera clara, podía decirlo. Pero si todo estaba correcto, tendría que decirlo también.

Así fue que el uruguayo Daniel Barrios arribó a Roma en 1977, y se convirtió en el administrador de IPS. Y recibimos una certificación de absoluta rectitud en IPS. En el diálogo euro-árabe de 1978 se repitió el suceso anterior. Losev pidió la expulsión de IPS. Mientras tanto ya teníamos estrechas relaciones de colaboración con TAP y Triki, el director, nos había visitado. Se quedó tan convencido que, una vez que dejó su cargo, se convirtió en miembro del Consejo de Administración de IPS. Le pedí que si Losev volvía a sus ataques me diera la palabra por asuntos personales.

Y cuando, después de la intervención de Losev, me dio la palabra pregunté: “Señor Presidente, ¿puede pedir al colega Losev si el Partido Comunista de la Unión Soviética tiene problemas con el Partido Comunista del Uruguay?”

Losev, muy sorprendido, dijo que eran excelentes. Y yo dije: “Señor Presidente, tengo aquí una carta de los dirigentes del PCU diciendo que IPS es una agencia confiable. Creo que nos encontramos frente a un problema del ámbito interno socialista y esta conferencia no puede entrar en este tipo de problemas”. En medio de los murmullos de sorpresa de todos, con un Losev que se quedó sin palabras, Triki aceptó mi pedido.

Al año siguiente me encontré con el Secretario General del PCU, Arismendi, a quien llegué a través de Esteban Valenti, quien luego se convirtió en ejecutivo esencial de IPS. Arismendi era de lejos el dirigente más brillante de los partidos comunistas de Latinoamérica, exiliado en Moscú. Me dijo que intervino para defender el honor de IPS, cuyos servicios leía con atención.



Ciertamente, el servicio no era procomunista, pero tampoco anticomunista y tenía una base de análisis y observación que incluía todas las posiciones democráticas, lo que era de gran utilidad para la región. Era antihistórico tratar de dar una lectura única a Latinoamérica.

#### **EL INFORME MC BRIDE Y EL RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL**

Mientras tanto, dentro de Naciones Unidas, era la UNESCO la que se hizo cargo del tema de la información, aunque también el PNUD y otras organizaciones se sentían igualmente autorizadas por la resolución de la Asamblea General sobre el NOII. Amadou M'bow, el senegalés que dirigía entonces la organización, se sentía, como africano, responsable de representar más a las otras culturas y la política que estaban detrás de la NOII. La Comisión Mc Bride, -que fue el primer escenario del desencuentro entre las mitologías occidentales (la información es libre y no se puede intervenir para corregir los desequilibrios: de ello se debe ocupar el mercado, no los gobiernos) y las del Tercer Mundo (la información es un instrumento de colonialismo cultural y dominación del mundo occidental)- se demoró cuatro años para obtener un documento que tuviera el mínimo consenso, caracterizado por la cantidad de disensos expuestos como adjuntos en el informe final. En el curso de este proceso, la UNESCO organizó una serie de otros encuentros con las partes en juego con la idea de crear diálogo y comprensión.

El primero fue un encuentro de agencias de información que se realizó en Estocolmo en abril de 1976. Solicité un encuentro con M'bow, donde le hice conocer que era absurdo que IPS, que era la encarnación de los objetivos del NOII, no pudiese participar. M'bow me explicó que aparte de las cuatro agencias transnacionales, REUTER, AFP, AP y UPI, las otras agencias participantes eran todas designadas en representación de sus propios países, y que tenía que encontrar un país, quizás San Marino, que nos designara. Observé que las 4 agencias no eran internacionales, sino transnacionales, ya que eran claramente de capital y dirección inglesa, francesa y americana, pero operaban como agencias globales. IPS no era de capital nacional, sino de sus socios de todo el mundo: la dirección era en sí misma multiétnica y multicultural. Nosotros éramos la verdadera agencia internacional y en consecuencia debíamos ser invitados junto a las cuatro grandes. M'bow me respondió que esta explicación, técnicamente válida, no tenía ninguna validez política. Si la UNESCO asumiera la responsabilidad de elevar IPS al nivel de las "Cuatro", estas hubieran abierto una campaña de destrucción total contra la UNESCO,

porque sabía como ellos odiaban el debate abierto sobre el desequilibrio informativo. No podía admitirnos como Organismo No Gubernamental porque en aquel entonces en la Unesco estos organismos eran en realidad entidades estatales, asociaciones de museo, centros de investigación, y cosas por el estilo, mientras que IPS era una entidad extraña, una cooperativa internacional, que ni siquiera se sabía si podía definirse como una empresa, o como una organización filantrópica, dado que no tenía fines de lucro. Al final le dije que la fuerza de un líder era encontrar las soluciones simples a los problemas complejos y que nos hiciera participar como observadores. Respondió que esta categoría no existía y llamó a la responsable del servicio de la conferencia, una rusa que se llamaba Sonia y le dijo: “Encuentre una fórmula para que Savio participe en Estocolmo” y después se excusó.

Fui a la oficina de Sonia, que no sabía nada de IPS y pasé una hora explicándole la historia de NOII, de la cual sabía menos todavía, y porqué era importante para la UNESCO que fuéramos. Entonces me hizo llenar un formulario, y me dió un distintivo que era verde con rayas blancas, diciéndome que con ese distintivo podría participar, pero que estuviese atento a no votar, especialmente en la Asamblea General donde estaban los representantes de los gobiernos con insignias rojas. Desde entonces y hasta la Asamblea General de Belgrado en 1980, participé en todas las reuniones de la UNESCO, donde nadie se sorprendió más al verme, porque a fin de cuentas nos conocíamos todos. En Belgrado, donde se aprobó el Informe Mc Bride, dije que era claro que para algunos el NOII era un chihuahua, para otros era un pastor alemán y para mí un doberman. Pero todos estábamos de acuerdo que se trataba de un perro. IPS no participaría más en un debate donde repetíamos siempre las mismas cosas y donde las posiciones no cambiaban. En cambio trabajaría concretamente para construir el NOII.

Busqué luego a Sonia y le pregunté: “No he encontrado a nadie con este distintivo a rayas. Ahora que no vengo más, puedo saber qué representa”. Y Sonia, después de muchas vueltas, me dijo: “El Director General me dió la orden para que Ud. participase y yo encontré esa solución; a Ud. no le importaba la calidad de su participación”. “Bien –le dije-, pero ¿qué representa el distintivo?” Y la respuesta fue: “Delegate Spouse”<sup>12</sup>.

Hoy en día los Organismos No Gubernamentales están presentes de manera formal e importante en la comunidad de Naciones Unidas. IPS que tuvo el reconocimiento de Organismo Internacional No Gubernamental, concedido por el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas en 1995. Fue significativo que habíamos demandado el segundo nivel (son

---

12 Consorte de Delegado.

tres), a la Comisión de los 19 países encargados de transmitir una recomendación a la asamblea del ECOSOC. La Presidenta era una diplomática sueca contraria a nuestro ingreso, porque estaba convencida que si entraba IPS luego podían entrar todas las agencias de prensa. Era una idea absurda, porque las otras eran empresas con fines comerciales y por lo tanto no se podían presentar como ONG, como era absurdo que la información no fuese parte de los objetivos de las Naciones Unidas. Los países miembros no sólo votaron a nuestro favor, sino que además pidieron que fuésemos promovidos al primer nivel, reservado a la aristocracia de las ONGs.

La reunión de Estocolmo fue, sin embargo el ingreso, en sociedad de IPS. Por primera vez estábamos formalmente al mismo nivel que las otras, pero en una situación muy compleja. Los países del Tercer Mundo, a pesar que la mayor parte tenían contratos o relaciones con IPS, veían el desequilibrio en términos cuantitativos. Seguían las huellas del NOEI, según el cual la producción del Sur tenía que reequilibrar la del Norte. Debía aumentar el flujo del Sur y disminuir el del Norte. Nuestra posición era distinta. No se trataba sólo de un problema cuantitativo, porque si en Tombuctú se hubiera producido la misma información que en París (por citar a Saint Pol), el desequilibrio habría continuado. No se trataba de producir menos frigoríficos en París y más frigoríficos en Tombuctú. Se trataba de producir material de contenido, percepción y narrativa diversa, trayendo la voz de la identidad, de la cultura, de la sociedad de Tombuctú, que era bien distinta a la de París. Esto nos colocaba en una inconfesable pero evidente línea de confrontación con los delegados del Tercer Mundo, para quienes el tema de contenido les parecía abstracto, difícil y a menudo contrario a sus funciones de favorecer la información como propaganda de gobierno. Pero igualmente nos colocaba contra los delegados de Occidente, que veían cuestionada su tesis que cuanto ellos producían representaba la exigencia de todos porque los valores informativos eran absolutos. En Estocolmo fuimos inmediatamente a la confrontación sobre los valores de la objetividad con el delegado libio, Saad Mujber, que hizo una intervención suicida, diciendo que era fácil saber si un periodista era objetivo o no: "Si escribe a favor de mi gobierno, Señor Presidente, es objetivo. Si escribe en contra, no lo es".

Complicaba el cuadro la presencia del bloque socialista: todos alineados detrás del delegado soviético, Zamyatin, miembro del Politburó, tenían una posición muy simple. Controlamos y cortamos los medios occidentales porque son parte de la supremacía occidental. Veían el NOII como una excelente ocasión para reequilibrar el enorme predominio de las agencias occidentales sobre ellos, que eran las cenicientas. El Tercer Mundo, para los soviéticos, era sólo un escenario en el cual esta lucha se conducía. Y Zamyatin adoptó

inmediatamente una posición de confrontación con los occidentales marginalizando a los delegados del Tercer Mundo.

IPS había concretado algunos acuerdos con algunas agencias socialistas: PAP, ADN, MTI, con las cuales había discutido durante años para que aceptaran la idea de un NOII basado en un reequilibrio cualitativo del flujo. En el fondo, estas agencias eran capaces de producir material profesional, dentro de los límites ideológicos y de censura en los cuales operaban, y teníamos cierto entendimiento. Gracias a su apoyo, logré tener un encuentro con otro delegado soviético, Sassurski, persona sensata, a la cual le hice notar que si ellos seguían esta línea, en vez de aliarse con el Tercer Mundo, no llegarían a ninguna parte. Sassurski me explicó que Zamyatin estaba profundamente irritado con el Movimiento de No Alineados y que partía la mañana siguiente.

Acordamos que yo haría una intervención ilustrando el NOII en términos de justicia internacional, y después preguntaría a la delegación soviética que se pronunciase sobre el tema. Fue así que realicé una intervención en una dimensión Norte-Sur, y pregunté si la delegación soviética veía el NOII sólo como una dimensión Este-Oeste, o reconocía que el problema era, sobre todo, un desequilibrio con el Tercer Mundo, que nada tenía que ver con la Guerra Fría. Sassurski tomó la palabra para decir que reconocía que ese era el orden de prioridades. En la tarde algunos delegados vinieron a decirme que el director de Associated Press se regocijó, porque finalmente tenía la prueba que yo era un hombre de los soviéticos ya que logré hacerles cambiar de posición.

En la delegación de IPS estaba Phil Harris, un investigador escocés de la comunicación. Harris había publicado un estudio sobre Ghana News Agency de cierto impacto ya que, por primera vez, se analizaba de manera científica la lógica y motivación de una agencia africana. Pedí a Phil que preparara un documento con todos los datos que disponíamos sobre el desequilibrio, pero en términos cualitativos (actores informativos, cuántas noticias del Sur y del Norte, frecuencia de temas como cultura, etc.). De este análisis quedaba claro que la cobertura del Tercer Mundo por parte de las agencias occidentales no era suficiente. Pasamos la noche haciendo las copias necesarias, y nos introducimos en la sala de la conferencia del hotel donde estábamos todos alojados y las colocamos en cada asiento.

Es necesario recordar aquí una cosa muy importante. El debate sobre el NOII tenía un nivel científico muy riguroso (reduciendo en gran parte la retórica y la mitología de los dos campos), porque la comunidad de investigadores de la comunicación jugó un rol fundamental, sin precedentes y, desafortunadamente, sin seguimiento, con estudios e investigaciones de alto

nivel. Al inicio fue Wilbur Schramm, en 1964, quien documentó cómo el flujo informativo prestaba poca atención a los países al Sur del mundo con noticias a menudo distorsionadas. Luego, un número creciente de investigadores, entre los cuales estuvieron particularmente activos Herbert Schiller, Jim Halloran, Varis, Nordstrem y muchos otros, se comenzó a hacer notar cómo todo el sistema, también el de las telecomunicaciones, estaban de hecho controlados por el Norte y, en particular, por los Estados Unidos. En 1976, la investigación estaba en sus inicios y era poco conocida en el mundo de los medios.

El documento produjo un gran impacto. La presidencia quería saber quién lo había redactado y porqué no se había seguido el procedimiento de distribución de documentos. Particularmente furioso estaba el Director de Associated Press, Stan Swinton, que estaba convencido que se trataba de una maniobra soviética. Phil Harris, pálido y preocupado, me hizo observar que si lo descubrían sería para él un golpe terrible. Pero un número creciente de delegados utilizó el documento en su intervención, y a pesar de la investigación, la Secretaría no descubrió de dónde había venido, lo cuento hoy sólo para decir que la colaboración entre los que apoyaban el NOII y el mundo de la investigación se estrecharon la mano y se convirtió en una verdadera alianza. Y para las agencias transnacionales, el hecho de que los datos del NOII vinieran mayoritariamente de los investigadores occidentales, constituía de verdad una espina que ya no se podía liquidar con facilidad.

De todas maneras, la confrontación entre las agencias de información, los medios occidentales y los proponentes del NOII ya era radical e incurable. Aquello era grave y las mitologías opuestas no querían aceptar ni siquiera el compromiso más modesto. En la presentación del informe de la Comisión Mc Bride durante la Conferencia de la UNESCO de 1980, la versión occidental fue que la UNESCO quería controlar la información. A.H. Raskin, un ex editor del New York Times, condujo un estudio de 448 recortes y 200 editoriales de periódicos norteamericanos sobre la Conferencia de Belgrado. Un 39% de los recortes eran sobre el conflicto del momento, y también el 88% de los editoriales. De los editoriales, 87% eran extremadamente hostiles, tanto que 27 periódicos sugerían la retirada de Estados Unidos de la UNESCO. Hay que recordar, sin embargo, que en Belgrado el Informe Mc Bride fue aprobado por consenso y que la delegación norteamericana no se opuso. Más bien presentó una propuesta para la creación del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, que, reconociendo el desequilibrio, financiaba programas de desarrollo de los medios de comunicación del Tercer Mundo.

De la misma manera, en Naciones Unidas, todos los países proseguían el diálogo para ver

cómo ejecutar la puesta en marcha el Nuevo Orden Económico Internacional. Y una nueva agencia de las Naciones Unidas, la Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, ONUDI, se estableció en Viena en 1976, con apoyo total de Washington, para ayudar a los países en vías de desarrollo en el campo de la industria. La idea de que se debía encontrar una gobernabilidad mundial que reconociese los derechos de todos los pueblos y los deberes de todos los estados para un desarrollo armónico y pacífico, basado en la justicia social internacional y su participación, aunque con grados distintos de entusiasmo y compromiso, no era ni mínimamente puesta a discusión. Fue en este espíritu que López Portillo, presidente de México, y Pierre Trudeau, de Canadá, convocaron en Cancún una cumbre de los más importantes Jefes de Estado del mundo, para continuar el diálogo Norte-Sur, como decisión de una conferencia precedente en París. IPS había estrechado lazos con el gobierno mexicano, que había estipulado un contrato para la distribución de su agencia, NOTIMEX. El Ministro de Informaciones, Luis Javier Solanas, estaba decidido a jugar un rol positivo en las relaciones internacionales y reducir la fricción entre los distintos campos. Nos pidió preparar un dossier sobre los temas de la Cumbre, que fue distribuido a todos los presentes en Cancún y yo mismo formé parte de la organización de la sala de prensa.

En esta reunión apareció por primera vez Ronald Reagan, electo diez meses antes, el cual inmediatamente hizo equipo con Margaret Thatcher, con dos años más de antigüedad en el poder y que, en cierto modo, lo puso bajo su ala. Pero mientras la Thatcher fue bastante diplomática, Reagan procedía con gran crudeza, y con gran fervor, al decir que no estaba de acuerdo con nada y que se necesitaba cambiar totalmente el camino. Después de la metedura de pata que irritó al Presidente mexicano (dijo que conocía perfectamente el Tercer Mundo, porque cuando era gobernador de California tenía numerosos mexicanos en su estado), se declaró contrario a la tesis de que el desarrollo del Tercer Mundo se basara en la cooperación internacional. Los gobiernos detienen el desarrollo y sofocan a los ciudadanos—dijo—, y era preciso dejar todo a la empresa privada. Estados Unidos era ahora líder del mundo, no por la ayuda, sino por el comercio. Es desde entonces que se dice: *“Trade, non aid”*<sup>13</sup>. Añadió Reagan que quizás se podría hacer algo en el campo de la educación, porque como reza el proverbio chino: no es importante dar un pescado sino enseñar a pescar. El Presidente de Tanzania, Nyerere, con cierta ironía, le respondió que había aceptado distintas misiones de la FAO y de países marítimos como Noruega para aumentar la productividad de sus pescadores, pero que éstos habían encontrado que, con los recursos que tenían, demostraban una altísima productividad: “Nuestro problema, Señor Presidente, es que no tenemos infraestructura. Por

---

13 Comercio, no ayuda.

ejemplo, la pesca de la costa no se puede distribuir fácilmente, porque nos faltan caminos y el circuito del frío. ¿Usted conoce, Señor Presidente, empresas norteamericanas que deseen comerciar con nosotros, y estén dispuestas a crear la infraestructura? O, ¿esto es competencia del Estado?” Reagan respondió, con aire aburrido, que Estados Unidos tenía mucho pescado, por lo que el problema de Tanzania no les interesaba, pero que le complacería comerciar si era de interés concreto para ambas partes. Estados Unidos era una gran potencia y hacía libremente la política que defendía los intereses norteamericanos, pero no se verían más ligados a los acuerdos internacionales que limitasen la libertad de acción de los Estados Unidos. Y observó que las Naciones Unidas eran una idea absurda, fuera de la realidad, porque todos tenían un voto, y que Estados Unidos no podía aceptar que valiera como el de Montecarlo (cuando en realidad se refería al principado de Mónaco).

#### UN DIÁLOGO COMPLEJO: EL PENSAMIENTO ÚNICO

Quedó claro a los presentes que nos encontrábamos frente a un cambio de época y que, sin Estados Unidos, el diálogo y la cooperación para un nuevo mundo justo y solidario no llegaría a ningún lugar. Hablando con el Presidente López Portillo y el Primer Ministro Trudeau, dije que habíamos vuelto a antes de Suez, y habíamos hecho un salto atrás de 30 años. Nyerere dijo que se trataba de un fenómeno anti-histórico, y que el pueblo norteamericano lo corregiría. No consideró el sentimiento de excepcionalidad de los ciudadanos norteamericanos, que odian sentirse encuadrados en acuerdos internacionales: sobre el hecho que la confrontación entre el Norte y el Sur, atizado también por la prensa, ya había radicalizado a toda la derecha europea (ayudada también por el infantilismo del Tercer Mundo). Como tampoco consideró la extraordinaria personalidad de Reagan: un gran comunicador, capaz de dar respuestas simples y claras a problemas complejos, respuestas a menudo superficiales o equivocadas, pero de gran calado en gran parte de los ciudadanos norteamericanos que se sentían legitimados con esfuerzos mínimos de cultura y educación política. Aunque Reagan renunció a su amenaza de cerrar el Ministerio de Educación, su indiferencia contra la contaminación (*treepollute, notfactories*)<sup>14</sup> su apoyo a las empresas y los ricos (*wealth produces wealth: povertysucks*)<sup>15</sup>, cambió totalmente el lenguaje político. Naciones Unidas se vio sometida a una continua campaña de desprestigio como espacio válido para un consenso. La desregulación financiera dejaría el campo libre a la especulación en la bolsa, eliminando el esquema normativo y el

14 Los árboles contaminan, no las fábricas.

15 La riqueza produce riqueza; la pobreza la absorbe.

control introducido por Roosevelt después de la Gran Crisis de 1929 (tarea completada finalmente por Clinton con la derogación de la ley Segall-Glass, que impedía a los bancos de depósito invertir el dinero de los clientes en la bolsa), ha dado vida a un monstruo: finanzas sin control, que ahora están separada y a menudo contrarias a la economía real, lo que está creando una crisis permanente, sin que los gobiernos hayan sido capaces de recrear el esquema normativo pre Reagan. La desaparición de la amenaza comunista eliminó cualquier freno al capitalismo, que se vuelve inexorablemente salvaje.

La alianza con Thatcher, florecida en Cancún, creó a partir de entonces una sólida presión, a los dos lados del océano. Esta alianza permitió a todos los sectores económicos del Occidente (que aceptaban *oborto collo*<sup>16</sup> el debate por un orden económico y social más justo) levantar cabeza y, bajo el paraguas protector del gobierno norteamericano, poder presionar, de alguna manera, un cambio de giro en los gobiernos europeos. Nace así el Consenso de Washington, un acuerdo entre los organismos de Bretton Woods (Banco Mundial, Fondo Monetario, Bancos regionales) y el Tesoro Norteamericano, que convertía el desmantelamiento público, la privatización, la eliminación de las barreras nacionales y el recorte del gasto social en las condiciones básicas para establecer relaciones con el Tercer Mundo.

Este *pensamiento único*, como lo llamó Ignacio Ramonet, impuesto como pilar de las relaciones internacionales, se vio reforzado por la caída de la Unión Soviética, en los últimos años de la presidencia de Reagan. Se llegó a hablar del fin de la historia, ya que el mundo ahora sería todo uniformemente capitalista. Recuerdo que en una conferencia en Milán en 1985, el Presidente de la Organización Mundial del Comercio, Ruggiero, dijo que el mundo, no por mucho tiempo, estaba dividido en bloques comerciales, pero que pronto todos estarían unidos en un sólo mercado. El mundo tendría una sola moneda, el dólar, no habrían más guerras, y los beneficios de la globalización caerían como lluvia en todo el mundo, llegando hasta el último ciudadano, logrando de esta manera lo que la vieja teoría del desarrollo nunca había sido capaz de hacer. Los vencedores de la Guerra Fría interpretaron la victoria no como la de un campo militar y político, sino en términos mucho más ideológicos. El capitalismo había vencido y ahora era necesario dejarlo libre y sin control para que prosiguiese su carrera vencedora. Hasta donde nos ha llevado esta carrera está claro para todos.

En este escenario, IPS fue uno de los primeros blancos del nuevo rumbo. No teníamos un Estado que nos protegiera. En mayo del mismo año, 1981, las organizaciones norteamericanas, que hasta entonces no habían encontrado en el Departamento de Estado un apoyo a su

---

16 Contra su propia voluntad.



batalla, se congregaron en la ciudad de Talloires, frontera con Suiza (invitados por la FletcherSchool of Law and Diplomacy a una reunión de más de sesenta exponentes de los medios de otros 20 países del mundo, en su mayoría norteamericanos), para emitir un comunicado en favor de la libertad de prensa y en contra de la UNESCO. Como siempre, no faltaron aquellos que se subían al carro de los vencedores: era el ejemplo de la agencia MENA de Egipto; la NAN de Nigeria y algún otro periódico africano y latinoamericano. Más triste era la presencia de Jean d'Arcy, el postulante del derecho a la comunicación, que era para nosotros un punto de referencia. Era, pues, todo un arco iris de los enemigos del NOII, liderados por el WorldFreedomPressCommittee (cuatro representantes), la Inter American PressAssociation (dos representantes), además de los directores generales de las cuatro agencias transnacionales.

Más allá de emitir la famosa Declaración de Talloires, que las cuatro agencias se encargaron de distribuir a todos los ángulos del mundo, hubo encuentros restringidos para decidir qué acción emprender contra el camino abierto por la UNESCO. De los sesenta participantes conocía a un tercio por haber sostenido con ellos debates y continuas confrontaciones. En una de estas reuniones, me fui a enterar por un participante europeo (que luego se volvió partidario de IPS ) que las cuatro agencias nos consideraban como una actividad contra natura. Interesadas a liquidar el *pool* de las agencias de los no alineados, habían llegado a la conclusión que era muy complicado actuar contra Yugoslavia, Túnez u otros países. Pero el carrier del *pool* era IPS, vieja conocida. Detrás de ella no estaba ningún país, aunque tenía muchas relaciones. Hubiera sido improbable que un país tomara sus defensas oficialmente. Se decidió, por lo tanto, comenzar desde IPS. CashrewIrani, de los *Statesman* de Calcuta, al retornar organizó una conferencia de prensa acusando a IPS de estar al servicio de la KGB, y pidió a la agencia nacional, PTI, miembro del *pool*, suspender el contrato con IPS. Organicé inmediatamente una contra conferencia en Delhi que tuvo poco impacto. IPS era un animal extraño, tan distinto de los otros que sólo explicándolo por largo tiempo se comprendía de qué estábamos hablando. La tesis de Iraní era que la India tenía una agencia propia, la PTI, integrada por indios, que no había necesidad del corresponsal indio de IPS, y que la oficina de IPS se tenía que cerrar. Explicar que por el bien de la India era necesario que también existiera, aparte de PTI, un servicio profesional, aunque a veces en desacuerdo con el gobierno, además de un servicio localista y oficialista, requería una audiencia capaz de entender mucho de periodismo y del mundo. Al final, todo quedó como antes.

Pero una mañana, en julio de 1981, llegaron noticias alarmantes de todos los corresponsales de IPS. Casi todos los periódicos de su país habían publicado un artículo, escrito

en el Washington Star, en el cual se acusaba a IPS de estar al servicio de los países radicales del Tercer Mundo, y de luchar contra el Occidente y la libertad de expresión. El artículo fue reimpresso por la AssociatedPress y distribuido en todo el mundo. Luchamos por contener el daño, pero lo peor todavía estaba por venir.

#### **NUEVOS CONFLICTOS, NUEVAS ESTRATEGIAS**

Y aquí, desafortunadamente, debemos dedicar un espacio a la verdadera razón por la cual AP había abierto la guerra a IPS. Como decía el Vicedirector de UNICEF, TarziVittachi, otro gran amigo de IPS: *“Everythingisalwaysaboutsomethingelse”*<sup>17</sup>.

En la conferencia de la TCDC de Buenos Aires, antes aludida, IPS había presentado un proyecto, que era el de crear una red de comunicaciones entre todos los países del Tercer Mundo, la Devnet, para intercambiar información económica, culturales, patentes, licencias, investigaciones y todo lo que pudiera contribuir al desarrollo. El Plan de Acción de Buenos Aires para la Cooperación Técnica entre los países en vías de desarrollo, contenía un artículo puntual sobre la información, que fue agregado por nuestra iniciativa. Por consiguiente, IPS podía legítimamente, como PTA, presentar propuestas.

El administrador del PNUD, Bradford Morse, y su Director para la Información, ErskineChilders, eran amigos de IPS, además de clientes. La idea gustó mucho, y una misión directa de Hernán Santa Cruz, chileno, noble padre de Latinoamérica, tenía por encargo elaborar un PPA (Preparatory Project Assistance), que consistía en consultar a los gobiernos más importantes y preguntar si estaban dispuestos a participar, también financieramente. Santa Cruz volvió con todas las repuestas afirmativas, y el presupuesto para la red calculada por nosotros eran 20 millones de dólares. IPS sería la *executingagency* de aquello que habría sido un proyecto de la “TCDC Unit” del PNUD.

Se reunió a las grandes personalidades de la época, bajo la dirección de Manuel Pérez Guerrero, otro noble padre de Latinoamérica (y después Presidente de IPS). Para no mezclar las cosas con la agencia periodística, negociamos con el gobierno de Malta una sede para la nueva organización, una fundación independiente, pero con IPS como partera. Sea dicho que IPS en su existencia, había dado vida a no pocas organizaciones independientes. Cito, entre

---

<sup>17</sup>“Todo es, siempre, por algo diferente”

todas, la agencia de prensa de la mujer, Woman's Features Press Service (WFPS)<sup>18</sup> abierta en cooperación con UNESCO en 1975, cuyas corresponsales podían utilizar gratuitamente las oficinas de IPS en el mundo, su sistema de comunicación, así como vender sus propios servicios separadamente. En el período de las dictaduras militares, ofrecimos a los partidos democráticos en el exilio utilizar la red de IPS para una agencia nacional de la democracia en exilio. Desacuerdos internos hicieron que al final, sólo los uruguayos, crearan PRESSUR, que tuvo un rol importante en el diálogo por la democracia. En otro nivel habíamos dispuesto la creación de un sistema de intercambio entre los sistemas de información de los países latinoamericanos, Asociación de Sistemas Informativos Nacionales, ASIN, que se formó como organismo intergubernamental, pero cuya secretaría técnica y red de comunicación, por estatuto, era IPS. Esta fórmula hizo exprimir la meninge a los abogados de las cancillerías latinoamericanas, que delegaban funciones soberanas a una organización no gubernamental que, por estatuto, era independiente de los gobiernos.

Tal vez había contribuido también el hecho que en un debate en Naciones Unidas, presidido por Tarzi Vittachi, había tenido ventaja sobre Stan Swinton, el Director de AP. Ciertamente el auditorio me era favorable, pero Swinton había utilizado todos los viejos argumentos de la objetividad y del valor absoluto de la información, que para los delegados de las Naciones Unidas no tenían mucha credibilidad, y me aplaudieron cuando sostuve que la objetividad no existe, y que el modelo informativo de AP tenía más que ver con su mercado que con el valor absoluto de la información. Luego me enteré que Swinton salió lívido de esta experiencia, y había ordenado a todos los de la oficina de AP indagar sobre IPS, país por país. Seguramente de aquella investigación obtuvo un marco más sistematizado de las relaciones esporádicas que recibíamos de nuestros corresponsales, abrumados por miles de tareas además de la de escribir.

Lo cierto es que la gran campaña en contra de nosotros nos tomaba más bien por sorpresa. No pensábamos que AP pudiese caer así abiertamente en el campo de la confrontación de una agencia que era mucho más pequeña y que no representaba ninguna amenaza. Pero he aquí que el Presidente de México López Portillo me pide visitarlo y me dice que la embajada norteamericana le pidió romper cualquier contrato con IPS (cosa que después hizo, no obstante la promesa dada a nuestro Presidente Gabriel Valdés). Y en el mismo día, toda la serie de contratos de IPS, con agencias nacionales, organismos internacionales y periódicos locales comenzó a crujir.

---

<sup>18</sup>Servicio informativo de la Mujer.

A este punto, JimLobe, nuestro corresponsal en Washington, periodista de mucho peso, recibió de un funcionario del Departamento de Estado, contrario a la nueva corriente reaganiana, la copia de un memorándum interno para las embajadas, en la cual se pedía emprender cualquier acción para hacer cerrar IPS por ser enemiga de los Estados Unidos. Lo más sorprendente es que se presentaba el proyecto DEVNET, DevelopmentInformation Network, como algo que había que parar inmediatamente porque si se hacía realidad, habría colocado a IPS en condiciones de competir con las agencias norteamericanas.

Quedé conmocionado. Pero ¿no eran ellos los que pedían que los estados no interviniesen más en la información? Ahora que una pequeña agencia, que sólo quería llevar a la arena informativa puntos de vista distintos de los tradicionales, siempre desde el desempeño profesional, ¿el país más grande del mundo intervenía para cerrarla?

Pedí a JimLobe que me diera del memorándum reservado, y fuimos al Departamento de Estado en febrero de 1982, donde encontramos a Nicholas Platt, Asistente Secretario de Estado para las Organizaciones Internacionales, junto a dos funcionarios encargados de nuestro caso, Phillips y Jacobs. Ya que hablaba con diplomáticos de carrera, señalé que la guerra es el último paso de las relaciones diplomáticas. Nosotros no la teníamos ¿cómo podían declararnos guerra? Y segundo, que la constitución norteamericana no permitía juzgar en ausencia sin escuchar los argumentos de la parte bajo acusación. No éramos enemigos de los Estados Unidos, ya que, de ser así, habríamos publicado el memorándum en el cual se pedía a las embajadas actuar para el cierre de IPS, que los habría llenado de problemas porque era exactamente lo contrario de aquello que habían sostenido siempre en el debate sobre la NOII. No estaba allí para la guerra. Estaba allí para proponer una tregua, durante la cual el Departamento debía nombrar un experto, que examinaría todos los documentos de IPS, su servicio periodístico y expresaría un juicio muy simple: ¿Era la IPS la voz de los enemigos de los Estados Unidos, o una agencia profesional y confiable, que ciertamente informaba el punto de vista del Tercer Mundo, no siempre coincidente con el de los Estados Unidos? La única condición que ponía era que este experto debía ser nombrado por Stan Swinton, que sabía era la inspiración de esta maniobra. Stan Swinton hacía su trabajo, pero ellos debían hacer lo que correspondía a los diplomáticos profesionales.

Debo decir que el desconcierto que esta línea de razonamiento produjo en los americanos fue realmente notable. Pero mi propuesta era razonable y difícil negarse a ella. Después de un serio debate, acordamos que continuaríamos sobre la vía de un examen profundo de IPS, y que ellos se reservaban, obviamente, el derecho a actuar en su plena soberanía, una vez se

hubiere concluido. Y es así que aparece un investigador australiano, Anthony Giffard, de la Washington University, que había solicitado la ciudadanía norteamericana. Probablemente no nos tenía buena disposición, pero cuando no encontró ninguna prueba a favor de contratos secretos y analizó el servicio, concluyó que era perfectamente legítimo, escribió un informe positivo y no escuchamos más hablar de nosotros por parte del gobierno norteamericano. También porque el pobre Stan Swinton, de quien conservo un respetuoso recuerdo como adversario, había muerto por cáncer y los otros conspiradores, que había encontrado, uno a uno, encontraron en él una buena excusa, descargando sobre el pobre Swinton toda la responsabilidad. Más tarde, en marzo y abril, Phillips visitó IPS en Roma y delegó un funcionario de la embajada, John Baxter, para ocuparse del informe. Baxter se mostró muy positivo. Años después me envió el manuscrito de un libro que deseaba publicar, en el cual hizo su autobiografía como agente de la CIA, y cómo el caso de IPS, sobre el cual había alcanzado conclusiones positivas, le había costado conflictos con su Jefe, quien había instruido un informe “destrutivo” sobre IPS.

Mientras tanto los Estados Unidos e Inglaterra se retiraban de la UNESCO, y los gobiernos del Tercer Mundo ya no querían escuchar hablar de un tema tan controvertido como el de la información. La IPS se encontraba sola para continuar su trabajo por un servicio diferente. Peter Galliner, Director del International Press Institute (IPI, el *gotha*<sup>19</sup> de los directivos de los medios y uno de los participantes de la conferencia de Talloires), pidió a IPS entrar en el IPI y luego se convirtió en miembro del Directorio de IPS Europa. Para colmo de los colmos, al final hicimos un acuerdo con AP sobre la utilización de algunas de sus líneas de telecomunicación. Después de treinta años, nos habíamos vuelto parte del escenario y ya nadie se preguntaba quién o qué estaba detrás de IPS. Como me dijeron amigablemente distintos directores, sabemos que ustedes estaban locos pero, en conjunto, es mejor que fueran locos a que no lo fueran. Es mundo es bello porque es variado.

Sin embargo, desde ese momento la administración Reagan procedía a golpes de hacha contra Naciones Unidas, contra la idea de la cooperación internacional y contra la debilidad de Europa. Sobre todo contra la conspiración del Tercer Mundo por meter en camisa de fuerza al gobierno norteamericano. Tomamos algunas iniciativas para cubrirnos de nuevos golpes de Estado.

La primera fue pedir a quienes creían en IPS que diesen señales que no estábamos huérfanos, que no se nos podía atacar con total impunidad. Ideamos la creación de un

---

19 *Aristócrata*

“*SupportGroup*”<sup>20</sup>, formado por instituciones privadas y públicas dispuestas a declarar que IPS era una organización informativa confiable, sin financiación oculta, con profesionalidad propia y con una visión del periodismo distinta de la tradicional. Así fue que la primera reunión del *SupportGroup* se realiza en Ginebra, en la sede del Consejo Mundial de la Iglesia, organismo que reunía todas las iglesias confesionales protestantes del mundo. Esto nos ponía al abrigo de la difamación que éramos el instrumento del Vaticano (porque el mero hecho de tener la Sede en Roma) y ponía a la administración de Washington (con Reagan muy cercano a la iglesia protestante conservadora norteamericana) frente a un obstáculo serio de si intentaban nuevos ataques a IPS.

El *SupportGroup*, poco después, vio el ingreso oficial de tres países europeos: Finlandia, Suecia y Noruega, que tomarían formalmente la defensa de IPS ante cualquier ataque “que no tuviese base profesional”. Noruega tenía un gobierno demócrata cristiano, y el Subsecretario de la Cooperación, OddJoestinSaeter, tomó la defensa de IPS con gran honestidad. El subsecretario de Suecia, anfitrión, tenía peso político y el de Finlandia, MartiAhtisaari, luego fue Presidente de la República, Premio Nobel de la Paz en 2009, y ahora es miembro del Consejo fiduciario de IPS. En el *SupportGroup* confluyeron más tarde las Agencias de Cooperación de Holanda, Canadá, Italia, y varias decenas de organizaciones que iban desde UNICEF a agencias de prensa o periódicos hasta ONGs dedicadas a la cooperación internacional. El *SupportGroup* tenía una reunión anual, en la cual IPS presentaba su presupuesto, su Plan de Acción, los informes de varios sectores e invitaba a los participantes a dar sus sugerencias y críticas. Con el paso de algunos años, esta fórmula de rendición de cuentas y participación, que ninguna otra agencia de prensa había puesto en marcha, fue eliminando los ataques a IPS, y pudimos finalmente vivir más tranquilos. En cada reunión se presentaba un análisis de contenido del servicio periodístico de IPS, con cuadros comparativos sobre las otras agencias internacionales. Análisis que permitían a los redactores corregir eventuales desequilibrios, y perseguir con mayor claridad la visión editorial de IPS. Para hacer estos informes anuales estuvo a cargo, desde el inicio, el académico nombrado por Stan Swinton, Anthony Giffard, Director de Cátedra de Comunicación de la Universidad de Washington, que continua con este trabajo hasta el día de hoy y lo ha transformado en un ejercicio para sus estudiantes.

La segunda iniciativa fue pedir al Departamento de Estado hacer pública su investigación sobre IPS, destacando el hecho de que salíamos absueltos de cada acusación. En esto no

---

<sup>20</sup>Grupo de apoyo

tuvimos éxito, porque los funcionarios temían reacciones de alto nivel, y decían que el Departamento de Estado no podía reconocer públicamente haber interpuesto una acción que se demostró equivocada. Resolvimos este problema obteniendo que CeesHamelink, Presidente de la Asociación Internacional de Investigadores de la Comunicación, la publicase con un prólogo suyo, en la colección de estudios de la Frederick Ebert Stiftung, la Fundación Social -Demócrata alemana, que la distribuyó masivamente. Hamelink fue después miembro del Directorio de IPS Europa.

#### **IPS: UNA AGENCIA DE CONFIANZA**

Sin embargo, se precisaron dos decenios para que IPS fuera aceptada como una organización profesional, confiable y que disminuyeran las campañas de difamación que, en ondas alternas, llegaban contra nosotros. Cuánto de esto ha sido el resultado de nuestros esfuerzos y de nuestra imaginación o del aburrimiento de los adversarios, es difícil saberlo. Irónicamente, este cambio sucedió, precisamente, durante el decenio de Reagan, cuando todas las fuerzas más ideológicas de la información tradicional gozaban de máxima legitimidad en el pensamiento del momento. En ese decenio, cada referencia al Nuevo Orden fue todavía más irreversible. Casi todos los países cerraron sus agencias de información, así como la radio y televisión estatal o las redimensionaron profundamente. Poco a poco, también los Ministerios de Información cerraron. Se olvidó el gran esfuerzo por la creación de Planes Nacionales de Comunicación, que la UNESCO había propuesto como instrumento importante para la identidad nacional; fueron archivados. Lo mismo sucedió con la cultura, el cine y las editoriales. Se convirtió en pensamiento único que la información, la comunicación y la cultura debían apoyarse gracias al mercado, el único instrumento objetivo que los gobiernos no podían manipular. Así se tiró todo por la borda y el proceso para crear experiencias nacionales y locales, necesariamente distinto al global, se cerró para siempre. De este proceso, con el tiempo, hubieran emergido voces y culturas que enriquecerían el mundo, una vez relajado el control del gobierno. Hoy, si uno hace un análisis de contenido de la información del Sur, la diferencia con la del Norte es mínima. En otras palabras, estamos construyendo refrigeradores iguales en el Norte y en el Sur, y la hegemonía ha quedado donde estaba.

El mercado, como fórmula hegemónica, es más poderoso que la política. En 1973 se realizó en Méxicola Conferencia de Ministros de Relaciones Exteriores de la Organización de Estados

Americanos. Un estudio sobre el servicio de AP mostró que más del 70% del espacio era dedicado al norteamericano Kissinger. El anfitrión tenía un 20% y, después, de manera decreciente todos los demás ministros, de los cuales varios no eran nombrados nunca. Los ideólogos del NOII vieron en esto la prueba del imperialismo norteamericano. Yo vi, de manera más simple, que las ventas de AP estaban dirigidas al mercado norteamericano. AP vendía en todo el Tercer Mundo el 1% de su propio presupuesto; para los periódicos norteamericanos, Kissinger era el actor que interesaba. Obviamente valía, por lo menos, todos lo que los demás ministros juntos. Pero, en esa conferencia, el Ministro del Perú, Mercado Jarrin, jugó un papel importante. ¿Tiene derecho un ciudadano peruano, cuando compra un periódico, a saber qué ha hecho su ministro en nombre del país? O, ¿debe saber solamente lo que ha hecho el ministro norteamericano?”

Y he aquí que el mercado no resuelve nada de este problema. El periódico peruano no tenía fondos para enviar corresponsales a la Conferencia. Y los periódicos peruanos, inclusive si se asociaran, no hubieran tenido los medios para abrir una agencia de prensa con oficinas o enviados al extranjero. La teoría del mercado funciona menos todavía en África. México tiene más periódicos que todo el África. Panafrican News Agency(PANA), agencia de información africana, no tuvo jamás los medios para crecer (aparte de la ceguera de los gobiernos africanos, interesados en manipular y controlar, en vez de impulsar nuevas voces). AFP, ANSA, EFE, DPA, ¿no viven acaso de la contribución del gobierno, para comportarse como redes mundiales? El problema entonces no es el de la propiedad, sino el del desarrollo civil y democrático de un país que hace a AFP relativamente independiente, y a PANA muy sujeta a la sensibilidad de los gobiernos. Pero la destrucción del NOII, entre otras cosas, realmente cerró o desaceleró el desarrollo endógeno de la información en el Tercer Mundo. Y los medios continuaron dependiendo de las agencias transnacionales, ahora reducidas a tres, con la casi desaparición de UPI.

Durante el primer mandato de Reagan nos dedicamos, con un trabajo inmenso, a encontrar diversos senadores americanos. Al final, en 1979, se realizaba en Viena la Conferencia de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Tecnología. Bradford Morse, el administrador del PNUD, había obtenido la creación de un Fondo para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología. Morse decide entonces modificar el proyecto originario de DEVNET como Proyecto Piloto para la Información de la Ciencia y la Tecnología (TIPS). Ya no era un proyecto de 20 millones de dólares sino de dos. IPS fue, finalmente, contratada para ejecutar el proyecto, pero, con el acuerdo de que daríamos vida a una ONG diversa, que mantendría luego con vida a TIPS. Así



pudimos firmar el acuerdo con el Subsecretario responsable del Fondo, Martin Lees, y denominamos a la nueva ONG DEVNET, para vencer una batalla histórica y reutilizar el nombre que los Estados Unidos habían bloqueado. La DEVNET se mantuvo viva desde entonces y se ha especializado en apoyar los intercambios entre los países del África, Asia y Latinoamérica, con particular consideración a las mujeres micro empresarias.

Finalmente, nos queda la satisfacción de decir que éramos débiles, pero teníamos razón. Y a pesar de todo, tener razón es una fuerza objetiva. Encontrar apoyo y vencer las batallas es sólo una cuestión de gastar saliva: pero sin razón, la saliva no sirve.

Hoy del NOII nadie se acuerda. Fue un intento para dar a la información y la comunicación (esta de hecho poco importó) una función social que sirviese para crear un sistema facilitador de la comprensión internacional y del pluralismo democrático: las muchas voces que reivindicaban el Informe Mc Bride. Otros se dedican a examinar el NOII de manera empírica y analítica, no me compete hacer un análisis del NOII, sino solamente dar mi testimonio como actor de aquel proceso, que concluyó con la derrota de sus proponentes. Hago notar que muchos de ellos no tenían credibilidad porque estaban comprometidos en una confrontación de mitologías con los enemigos del NOII.

Pero hoy tenemos un NOII, que yo llamo el NOIM, Nuevo Orden de la Información del Mercado que ha derrotado a todos los actores de este debate, excepto a pocos. Tres de las agencias: AP, AFP y REUTER permanecieron, UPI como agencia internacional está prácticamente desaparecida, como TASS y otras de los países socialistas. Las pocas agencias supervivientes del Tercer Mundo no tienen relevancia. Y las agencias de los nuevos países emergentes, como China y la India, tienen una modesta circulación internacional. Las agencias europeas (EFE, ANSA, DPA) tienen hoy importancia netamente inferior a la que tenían en los años 70. La prensa se va concentrando en manos de propietarios muy ricos, y obviamente interesados en utilizarla para su interés personal. La figura del editor profesional se está extinguiendo. Además de la concentración de los medios, estamos asistiendo a una homogeneización de estilos y contenidos, cada día mayor. A esto, se une la disminución del número de lectores, especialmente de los jóvenes que utilizan Internet para encontrar lo que desean. La idea de los medios como ventana al mundo para los ciudadanos pierde cada año más fuerza. Y al final, el periodismo terminó en y con el mercado. Hoy, la premisa es escribir aquello que se vende, del modo más simple, entretenido y que se lea sin esfuerzo de atención si es posible. Un lenguaje sin adjetivos, de frases cortas, en artículos que si superan las 850 palabras, son considerados impublicables. La TV se ha convertido, de hecho, en la ventana al

mundo para la mayoría de los ciudadanos, donde hay poquísimo análisis y una información que tiende siempre al espectáculo y al impacto. El sueño de los entrevistadores en TV es que las respuestas sean más cortas que las preguntas. Hemos logrado hacer de los ciudadanos gente que sabe escuchar, no sabe oír, y pocos saben ver. Los fenómenos como Murdoch y Berlusconi, en la época de la Comisión Mc Bride, habrían sido vistos por los defensores de Occidente como aberraciones.

La teoría del mercado como base de un periodismo libre y responsable, si bien ha reducido el número de actores del Sur del mundo, está también azotando duramente la calidad de la información en el Norte. Los jóvenes periodistas que hoy, si se acercan a la profesión, no tendrán jamás el nivel de honorarios, reconocimiento y libertad que yo tuve en los años 60. Las nuevas tecnologías permiten por primera vez en la historia, la comunicación global y sin costo. Millones de jóvenes utilizan la Red para estrechar alianzas y dar vida a acciones locales, nacionales e internacionales. Hoy estas Redes se basan en valores comunes, sobre opciones ideales, sobre temas globales, desde el medio ambiente a los derechos humanos, desde los temas de género a los de la participación democrática. Mi esperanza es que esta nueva realidad produzca un renacimiento informativo, en el cual el crecimiento de aquello que hoy se llama *sociedad civil*, creciente actor nacional e internacional produzca un nuevo NOII: basado no en el mercado, sino en el deseo de ser, de participar y crecer de los ciudadanos, y en sus valores.

## SEGUNDA PARTE

# *Cultura, educación y comunicación para el cambio social*



## Los derechos culturales y la libertad cultural

# “ como forma de comunicación social

Maidar Maraña<sup>21</sup>

### RESUMEN

El texto realiza una aproximación teórica a la idea de la participación en el binomio de cultura y desarrollo, vinculada al derecho a participar en la vida cultural y a la concepción de la libertad cultural. Se identifican algunos instrumentos destacados a nivel internacional en cultura y desarrollo (especialmente en UNESCO), así como ejemplos concretos sobre el rol de la participación social y de la comunicación en la protección del patrimonio, tanto material como inmaterial, por ser el patrimonio una de las expresiones emblemáticas de la cultura y uno de los ámbitos más protegidos por las políticas culturales.

### INTRODUCCIÓN

La comunidad internacional mostró en las últimas décadas un marcado interés por profundizar en los diversos aspectos que forman parte del desarrollo y fomentar así una comprensión global e integral del mismo. La cultura no quedó fuera de ese debate. Cultura y desarrollo son dos palabras que no siempre han ido unidas, ni se han trabajado en el mismo contexto. Sin embargo, en los últimos años encontramos nuevos elementos, instrumentos e ideas que promueven una cada vez mayor atención hacia esta pareja de palabras. Este impulso para la inclusión de la perspectiva cultural en las reflexiones en torno al desarrollo y en su agenda internacional ha venido también en parte, promovido e impulsado tanto por sectores de la sociedad civil, que han realizado análisis teóricos, como desde la práctica de las acciones de sus organizaciones.

---

<sup>21</sup> Colaboradora voluntaria de UNESCO Etxea – Centro UNESCO del País Vasco.

Ya en 1966 fue UNESCO quien señaló en un documento internacional la inevitable necesidad de contemplar la cultura dentro de la cooperación internacional. Sin embargo, durante años la cultura ha estado –y sigue estando en gran medida- excluida de los programas de desarrollo y de la cooperación. Además, desde la sociedad civil frecuentemente se habla de derechos culturales dentro de estrategias y proyectos de cooperación, pero a menudo se incluyen sin tener claro el contenido y significado de los derechos culturales. Cabe destacar que en los últimos años hemos vivido un contexto único a nivel internacional de cara a la clarificación de estos derechos culturales, como luego detallaremos. Teniendo en cuenta la –afortunadamente- cada vez mayor presencia del Enfoque de Derechos en la Cooperación al Desarrollo, consideramos básico contar con una clarificación de los derechos culturales dentro de las acciones de cooperación cultural al desarrollo.

Sin embargo, y a pesar de todos estos trabajos realizados en el ámbito de la cultura y el desarrollo, la sociedad civil, las instituciones culturales y las ONGs, entre otras, siguen identificando que es preciso profundizar aún más en el papel de la cultura en los procesos de desarrollo, tanto a nivel teórico, como en su aplicación práctica por medio de actividades y proyectos de desarrollo: partiendo de una comprensión cultural del mismo concepto de desarrollo, hasta la clarificación de qué entendemos por cultura en la cooperación, para generar herramientas que favorezcan la aplicabilidad de la teoría y una mayor transversalización de la cultura en la práctica del desarrollo. Pero aún queda camino por recorrer en este ámbito.

## CULTURA Y DESARROLLO HUMANO

La relación entre cultura y desarrollo comienza a ser defendida hacia la década del 70, aunque no es hasta finales de los 80, o incluso en los 90, cuando organismos internacionales y agencias de cooperación al desarrollo comienzan a impulsar este trabajo sobre la incidencia de los factores culturales en los procesos de desarrollo<sup>22</sup>.

Entre otros motivos, amplios y variados, podemos señalar que el propio término cultura conoce una “sobreexplotación” en nuestra sociedad y se emplea para designar muy diferentes cuestiones y realidades, siendo a menudo empleado como elemento para la generación de

---

<sup>22</sup> MARTINELL, Alfons; en CARBÓ RIBUGENT, Gemma (coord.) (2008); *La cultura, estrategia de cooperación al desarrollo*, Documenta Universitaria, Girona.

controversias en el plano político y social. Asimismo, la diversidad cultural y su relación con la identidad de la persona convierten al trabajo en cultura en un aspecto “sensible” a los ojos de numerosos actores del ámbito de la cooperación.

La indefinición teórica en torno a la cultura incidió necesariamente en su no inclusión en las políticas de desarrollo, así como tampoco podemos olvidar el hecho de que la cuestión cultural se ha venido identificando a menudo con grupos minoritarios y con escasa incidencia ante el Estado<sup>23</sup>. Otra realidad a tener en cuenta es que las políticas públicas han tendido a proteger un concepto de cultura muy ligado a las bellas artes y al patrimonio.

Son numerosas las definiciones de cultura. En este artículo nos hacemos eco de aquella surgida en la Conferencia Mundial de México-Mondiacult<sup>24</sup> (1982) y empleada por UNESCO, que incluye la idea de complementariedad de las culturas, de dinamismo de las mismas y de generación de identidades culturales no excluyentes entre sí. Así, la cultura no es un conjunto estático de valores y prácticas: se recrea constantemente en la medida en que las personas cuestionan, adaptan y redefinen sus valores y prácticas ante el cambio continuo de nuestra realidad y el intercambio de ideas.

Diversos organismos internacionales e instituciones locales han dado importantes pasos por medio de reflexiones, documentos y actuaciones. Para comprender el peso que la cultura pueda tener en el desarrollo es necesario conocer algunos de los debates e instrumentos de más peso en la concepción teórica del papel de la cultura en el desarrollo, que mencionaremos sucintamente a continuación.

Dentro de los organismos especializados de Naciones Unidas, fue UNESCO quien señaló con mayor decisión la inevitable relación entre cultura y desarrollo –cabe destacar que UNESCO es de hecho el único organismo de todo el sistema de Naciones Unidas encargado de la cultura en su mandato-. En el seno de UNESCO se evidencia una progresión desde su creación hasta la actualidad<sup>25</sup>, ampliando el concepto de cultura desde una definición ligada a la producción artística y el patrimonio (que luego abordaremos más concretamente) hacia otra más vinculada a la identidad cultural, al reconocimiento de la igualdad de las culturas, al establecimiento de la cooperación internacional y la solidaridad en torno a la cultura, a la

<sup>23</sup> Prieto de Pedro, Jesús (2006); *Cultura, Culturas y Constitución*, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Madrid.

<sup>24</sup> Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales –MONDIACULT – México (1982). Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000546/054668MB.pdf>

<sup>25</sup> *10 clés pour la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, UNESCO.

atención a minorías culturales y finalmente, a una apuesta por el diálogo entre culturas, término, en sí mismo, no exento de polémica.

En este camino, encontramos documentos promovidos por UNESCO, como la Declaración sobre los Principios de Cooperación Cultural Internacional (1966)<sup>26</sup>. Dentro del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural (1988-1997) fue determinante la aparición en 1996 del libro *Nuestra Diversidad Creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*<sup>27</sup>, que señaló decididamente la necesidad de visibilizar la cultura dentro del desarrollo humano.

Con la llegada del siglo XXI, UNESCO genera dos instrumentos esenciales: la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de 2001<sup>28</sup>, y la posterior Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005)<sup>29</sup>. Estos dos instrumentos, junto con la acción normativa en torno a la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003), dotan en los últimos años a la comunidad internacional de elementos jurídicos que protegen y promueven la inclusión de las expresiones culturales en el desarrollo.

Pero además, entre las agencias de Naciones Unidas no podemos olvidar el trabajo que el PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo) realizó al incluir la cuestión de la diversidad cultural en el Informe de Desarrollo Humano de 2004, bajo el título de “La libertad cultural en el mundo diverso de hoy”<sup>30</sup>. Al igual que sucediera en el año 2000 con el Informe que señaló la necesidad de vincular los derechos humanos al desarrollo, en 2004 el PNUD demostró que la cultura estaba lejos de ser un obstáculo para el desarrollo, como se afirma aún en algunos sectores, y subrayó la necesidad de generar políticas públicas para incluir la cultura en los procesos y acciones de desarrollo humano: “*La libertad cultural constituye una parte fundamental del desarrollo humano puesto que, para vivir una vida plena, es importante poder elegir la identidad propia –lo que uno es- sin perder el respeto por los demás o verse excluido de otras alternativas*”.

<sup>26</sup> Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional (UNESCO, 4 noviembre, 1966). [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13147&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13147&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

<sup>27</sup> PÉREZ de CUELLAR, Javier (dir) (1996); *Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*, UNESCO, México.

<sup>28</sup> Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>

<sup>29</sup> Convención sobre la Protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001508/150824s.pdf>

<sup>30</sup> PNUD (2004), *Informe de Desarrollo Humano. La libertad cultural en el mundo diverso de hoy*: [http://hdr.undp.org/en/media/hdr04\\_sp\\_complete1.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/hdr04_sp_complete1.pdf)



Este Informe del PNUD representa, a nuestro entender, uno de los documentos clave para entender la relación entre cultura y desarrollo. La inclusión de la perspectiva de la libertad cultural, señala sin duda un claro camino hacia la incorporación del enfoque en derechos dentro de la cooperación cultural. El PNUD marca así un rumbo evidente hacia la necesidad de abordar con un enfoque de justicia social la diversidad cultural existente en nuestro mundo. Así, según el Informe, la libertad cultural consiste en ampliar las opciones individuales y no en preservar valores ni prácticas como un fin en sí con una lealtad ciega hacia las tradiciones.

#### PASOS EN LA CLARIFICACIÓN DE LOS DERECHOS CULTURALES

En este esfuerzo por buscar la relación entre cultura y desarrollo debemos también reconocer el proceso que se ha vivido en los últimos años en torno a la clarificación de qué son los derechos culturales, factor clave para la inclusión de la perspectiva cultural con Enfoque de Derechos dentro de la cooperación.

Y es que una primera mirada a los trabajos más representativos nos da una idea del retraso que los derechos culturales llevan en su desarrollo e implementación: “una categoría descuidada de los derechos humanos”<sup>31</sup>, “categoría subdesarrollada” o “hijo pródigo de los derechos humanos”<sup>32</sup>. Desde luego, es destacable que no haya sido hasta 2009 (cuando la Declaración Universal de los Derechos Humanos data de 1948) que el sistema internacional de derechos humanos ha comenzado a generar procesos para atender específicamente la cuestión de los derechos culturales.

Queremos destacar también el papel que la lucha social de determinadas comunidades ha tenido en la reivindicación de los derechos culturales. Siguiendo a Prieto de Pedro<sup>33</sup>, las luchas sociales pueden tener una fuerte influencia en la clarificación y desarrollo de determinados derechos. En el ámbito de los derechos culturales, esa tradición de lucha ha sido tardía, en parte por esa vinculación de la cultura a un concepto elitista. Cuando finalmente se dio, la lucha en defensa de los derechos culturales vino, en la mayoría de los casos, de la mano de minorías étnicas o culturales, y esto generó a su vez que los derechos culturales hayan sido

<sup>31</sup> SYMONIDES, Janusz; *Cultural Rights: new dimensions and challenges*, Off-Print, Thesaurus Acroasium, Vol. XXIX.

<sup>32</sup> Prieto de Pedro, J. (1995): *Cultura, Culturas y Constitución*, Editorial Centro de Estudios Culturales, Madrid.

<sup>33</sup> PRIETO de PEDRO, Jesús (2010); en *Presente y Futuro de los Derechos Culturales*, UNESCO Etxea, Bilbao.

tomados durante mucho tiempo como derechos sólo aplicables a comunidades minoritarias y concretas, y que no se haya atendido a la universalidad de los derechos culturales.

Frente a esa situación, pareciera que hoy nos encontramos en un momento diferente, al contar en 2009 con dos procesos en el seno de Naciones Unidas que pueden generar un significativo paso en la concreción del contenido de estos derechos.

Uno de ellos es la aprobación, el 19 de noviembre de 2009, en Ginebra, de la Observación General número 21<sup>34</sup>, referente al Art. 15.1a. del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de Naciones Unidas, que habla del “Derecho de toda persona a Participar en la Vida Cultural”. Este documento pretende “aterrizar” el significado del artículo y dotar de indicaciones sobre qué contempla ese derecho. Esta herramienta ha tenido en otros casos, como el derecho humano al agua, un peso significativo en la clarificación internacional del contenido de ciertos derechos de más difícil comprensión, y, en palabras del propio Relator de la Observación, Jaime Marchán Romero, con este documento “no termina la tarea, sino que quizá invita a un trabajo mucho más largo”<sup>35</sup>, trabajo donde, a nuestro entender, la sociedad civil debería ser clave.

Esta Observación General pone un importante esfuerzo en la definición de las palabras que conforman el enunciado del derecho, a saber: “toda persona”, “participar” y “vida cultural”, donde consideramos importante destacar el concepto y concepción del derecho como algo vivo (vida cultural) y que el derecho incluye en el mismo enunciado la participación como elemento clave, la participación, a su vez de “toda persona”, donde incluye la dimensión comunitaria y no sólo la individualista. Otra de las cuestiones a destacar sobre la posible aplicación del derecho a participar en la vida cultural en nuestras acciones de desarrollo es la identificación que hace la Observación de grupos con mayor posibilidad de ver reducido el cumplimiento de su derecho, como son las mujeres, las minorías, los migrantes, los pueblos indígenas y las personas que viven en pobreza, entre otros. Vemos aquí, por tanto, una estrecha vinculación entre derechos culturales y desarrollo.

Este documento establece claramente a la sociedad civil como uno de los actores relevantes en la promoción y protección del derecho a participar en la vida cultural. En el Artículo 73 destaca una importante llamada a la participación: *“Si bien los Estados (...) son los principales responsables del cumplimiento de sus disposiciones, todos los miembros de la sociedad civil (individuos, grupos, comunidades, minorías, pueblos indígenas, entidades*

<sup>34</sup> Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales: <http://www2.ohchr.org/spanish/bodies/cescr/index.htm>

<sup>35</sup> MARCHÁN, Jaime (2010); en *Presente y Futuro de los Derechos Culturales*, UNESCO Etxea, Bilbao.

*religiosas, organizaciones privadas, empresas y la sociedad civil en general) tienen también obligaciones relacionadas con la realización efectiva del derecho de toda persona a participar en la vida cultural”.*

También en 2009 el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas dio un importante paso al adoptar el Mandato para una Experta Independiente en el Ámbito de los Derechos Culturales<sup>36</sup>, que tiene, entre otros, el objetivo de “*examinar los medios de superar los obstáculos actuales a la promoción y protección de los derechos culturales*”, algo significativo, a su vez, que ya en el mandato se hable de obstáculos a los derechos culturales.

La Experta Independiente (actualmente Relatora Especial en la esfera de los Derechos Culturales<sup>37</sup>) realizó un primer Informe<sup>38</sup> en el que analiza el rol que la diversidad cultural tiene en la promoción y defensa de los derechos humanos. En su segundo Informe, presentado en 2011, la Experta analizó la vinculación entre patrimonio y derechos humanos, como luego veremos.

Es preciso que ambos procesos –la Observación General, por un lado, y el Mandato, por otro – colaboren en la identificación de los retos internacionales para una efectiva implementación de legislaciones que respeten los derechos culturales y políticas públicas que promuevan su implementación.

Resulta evidente el papel que la sociedad civil puede desempeñar en el apoyo, aplicación práctica en terreno, y un largo etcétera de acciones que, en paralelo y en complementariedad, pueden ser ampliamente beneficiosas para este proceso internacional de clarificación del contenido y alcance de los derechos culturales, siempre que creemos para ello esas vías de comunicación y participación. Sin embargo, todos estos procesos internacionales no están contando siempre con una efectiva participación de la comunidad.

#### **PATRIMONIO, COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD**

El patrimonio, en su sentido más amplio, es sin duda uno de los aspectos más visibles de las expresiones culturales y es objeto de intervención por parte de instituciones públicas. Sin embargo, no todos los tipos de patrimonio reciben la misma atención.

<sup>36</sup> Mandato para un Experto Independiente en el ámbito de los Derechos Culturales, Consejo Derechos Humanos de Naciones Unidas. [http://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/resolutions/A\\_HRC\\_RES\\_10\\_23.pdf](http://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/resolutions/A_HRC_RES_10_23.pdf)

<sup>37</sup> Relatora Especial en la esfera de los Derechos Culturales:

<http://www.ohchr.org/SP/Issues/derechos culturales/Paginas/SRCulturalRightsIndex.aspx>

<sup>38</sup> Informe Experta Independiente, 14ª Sesión Consejo Derechos Humanos de Naciones Unidas. [www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/14session/A.HRC.14.36\\_sp.pdf](http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/14session/A.HRC.14.36_sp.pdf)

Los procesos de clarificación de Derechos Culturales han profundizado también en el acceso al patrimonio cultural como derecho humano. Así, en el Informe de la Experta Independiente en el Ámbito de los Derechos Culturales, de 2011<sup>39</sup>, se afirma claramente que los instrumentos internacionales de protección del patrimonio no han trabajado siempre con un Enfoque de Derechos, y no siempre han atendido al principio de no-discriminación.

Así, a pesar de esos pasos en la promoción del patrimonio y la democratización en su acceso, siguen existiendo determinados grupos culturales minorizados, cuyo patrimonio no siempre es reconocido.

El Programa de la AECID “Patrimonio para el Desarrollo”, fue contundente por ejemplo cuando afirmó que *“La preservación, puesta en valor y gestión sostenible, participativa y socialmente equitativa de los bienes patrimoniales es tanto un derecho como un recurso de la sociedad”*. Pero la realidad es que en la práctica de la promoción del patrimonio, la cuestión de la participación social equitativa sigue siendo uno de los grandes retos.

Sobre la importancia de tener en cuenta a la comunidad en el trabajo en patrimonio, se ha pronunciado también la Experta Independiente, que ha señalado la importancia de considerar el acceso al patrimonio y su disfrute como un derecho humano. Además de preservar y salvaguardar un objeto o una manifestación en sí misma, el Enfoque de Derechos Humanos, nos obliga a tener en cuenta los derechos de las personas y las comunidades en relación a esa manifestación y nos recuerda el deber de vincular el patrimonio siempre con su fuente original: las personas. El patrimonio está necesariamente vinculado a la dignidad e identidad humanas. El acceso al patrimonio y su disfrute es una característica de cada miembro de una comunidad, de todo ciudadano y ciudadana.

Pero, en los procesos de protección del patrimonio, ¿se da realmente esta participación de la comunidad? Veamos dos casos concretos.

Dentro de su trabajo en cultura, UNESCO se especializó claramente en procesos de protección y restauración del patrimonio cultural y campañas de incidencia internacional, culminando con la reconocidísima Convención de la UNESCO sobre el Patrimonio Mundial Cultural y Natural (1972).

Frente a una visión inicialmente muy centrada en un enfoque del concepto de patrimonio más “europeísta” –vinculado a aspectos monumentales y arquitectónicos–,

---

<sup>39</sup> Informe Experta Independiente, 17ª Sesión Consejo Derechos Humanos de Naciones Unidas.  
<http://daccess-ods.un.org/TMP/1618939.63813782.html>

UNESCO fue profundizando en el papel del patrimonio dentro de la cohesión social, así como ampliando la visión cultural y su vinculación con las acciones de desarrollo.

En 2003, se marca quizá un paso importante con la creación de la Convención de UNESCO para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, ya que era evidente la necesaria atención que demandaba el patrimonio no monumental ni material -sobre el que se había basado hasta entonces la acción normativa de la UNESCO-.

La aprobación de esta Convención en 2003 y diversas actuaciones por parte de numerosas agencias y organizaciones, han hecho que el patrimonio inmaterial refleje hoy una variedad de bienes que a menudo se da en grupos minoritarios culturalmente, como indígenas o afrodescendientes, que habían visto mermado su derecho a participar en la vida cultural, y cuyas expresiones se habían invisibilizado o no se contemplaban como aportes a la cultura. Estos métodos de reconocimiento han generado importantes procesos de autoestima cultural de comunidades minorizadas y han generado procesos de desarrollo en torno al patrimonio.

Es el caso del Candombe, expresión propia de comunidades afrodescendientes de Uruguay y Argentina, que fue inscrita en la Lista del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad en 2009, y que ha permitido visibilizar el aporte a la cultura local de la comunidad afro, grupo con el que se identifica el 10,6% de la población uruguaya que dice tener ascendencia afro.

Sin embargo, la participación en la vida cultural es reflejo a menudo de las desigualdades que enfrenta la propia sociedad –entre otras, cabe destacar las inequidades de género en el acceso a la cultura que se pueden dar también en las expresiones culturales. Siguiendo con el anterior ejemplo, la población afrouruguaya tiene al 39,6% de sus miembros viviendo en hogares pobres, superando en más de 20 puntos la incidencia de la pobreza con respecto al resto de la población. A su vez, el porcentaje de mujeres afros sin ingresos propios triplica el porcentaje de hombres en idéntica situación<sup>40</sup>. La situación de la mujer por tanto es de especial vulnerabilidad social, con brechas en formación e ingresos respecto a los hombres afrodescendientes. Su participación en la vida cultural, incluyendo el candombe, tampoco se da en igualdad de condiciones respecto a los hombres.

En este sentido, desde algunas organizaciones, como UNESCO Etxea<sup>41</sup>, se está viendo la necesidad de realizar diagnósticos que vinculan la cultura y el género con el desarrollo humano y los derechos humanos. El objetivo es analizar la participación de la comunidad en

<sup>40</sup> Informe INMUJERES Uruguay-2010.

<sup>41</sup> UNESCO Etxea (ONG) – Centro UNESCO del País Vasco: [www.unescoetxea.org](http://www.unescoetxea.org)

las expresiones del patrimonio, en este caso patrimonio inmaterial, y ver si dichas expresiones, especialmente aquellas que han sido declaradas como Patrimonio de la Humanidad, cuentan realmente con una participación equitativa de la comunidad. A su vez, y siguiendo el ejemplo del candombe, el objetivo es abordar específicamente la situación de la mujer afrodescendiente en su participación en los espacios culturales locales y tradicionales de la comunidad afro en Montevideo (Uruguay), por medio del candombe, concretamente.

Y es que la participación de la comunidad es uno de los grandes retos en la gestión del patrimonio. La propia UNESCO así lo muestra cuando en 2003, con esta Convención del Patrimonio Cultural Inmaterial, “subsana” un error que había producido quizá con la anterior Convención de 1972, e introduce la necesidad de que cualquier candidatura que desee ser incluida en la Lista de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, deba necesariamente contar con el acuerdo de las comunidades donde se desarrolla dicha expresión, y además las comunidades deberán participar en los planes de acción, concretando las ventajas que un nombramiento internacional puede traer a dicha población<sup>42</sup>. Esta mención de la participación de la comunidad desde el propio texto normativo internacional, si bien no siempre garantiza que su implementación en lo local se dé de manera sistemática, evidencia ya una preocupación hacia esos métodos, muy extendidos, de una gestión del patrimonio que da la espalda a la comunidad o no cuenta con ella.

Veamos otro ejemplo en el seno de la UNESCO. En torno a la Convención del Patrimonio Mundial, existen actualmente las 5 “C”s, que marcan los objetivos futuros de la misma. La 5ª C, se sumó hace pocos años, en 2007, cuando el Comité de Patrimonio Mundial incluyó la “Comunidad”, como uno de esos elementos clave para el futuro de la Convención. Y así, entendieron que “la protección del patrimonio sin el involucramiento y compromiso de la comunidad es una invitación al fracaso” y que “la conservación del patrimonio debería reconciliar las necesidades de las comunidades humanas y la humanidad deberá estar en el centro de la conservación”<sup>43</sup>. Así, se justifica a lo largo del documento presentado y aprobado, que la incorporación de la comunidad es clave para objetivos ligados al desarrollo humano. Además (al igual que sucedía también en el Derecho a Participar en la Vida Cultural), se ve que la participación de comunidades culturales minorizadas, como indígenas o poblaciones locales es clave, y analiza en concreto qué se entiende por participación, ya que dentro de esta palabra se dan todo tipo de situaciones, como bien sabemos.

<sup>42</sup> *Patrimoine Mondial. Défis pour le Millénaire*, UNESCO, 2007.

[http://whc.unesco.org/documents/publi\\_millennium\\_fr.pdf](http://whc.unesco.org/documents/publi_millennium_fr.pdf)

<sup>43</sup> <http://whc.unesco.org/archive/2007/whc07-31com-13be.pdf>

Un dato que evidencia la situación de la participación social es el siguiente: cuando a los Estados participantes en la Convención se les pregunta cómo participa la población en la selección de nuevas candidaturas a ser incluidas en la Lista del Patrimonio Mundial, los datos son clarísimos: el 83% afirma no hacer consultas públicas y sólo el 48% defiende que la población local, la comunidad, ha participado de alguna manera en la generación de estas listas indicativas<sup>44</sup>. La vinculación de la comunidad con el proyecto es por tanto simplemente imposible, además de que esta realidad impide que el patrimonio se gestione de un modo coherente con el Enfoque en Derechos.

Pero, ¿de dónde viene esto de las 5 Cs? En 2002, cuando se cumplía el 30 aniversario de la famosa Convención del Patrimonio Mundial, se realiza la Declaración de Budapest, que establece cuatro objetivos prioritarios, conocidos como las cuatro Cs: Credibilidad, Conservación, Capacitación y Comunicación<sup>45</sup>. Y la comunicación se entiende como “informar al público de los éxitos y de los desafíos futuros”. Además, se especifica claramente que de las cuatro Cs, la que debería ser atendida con mayor esfuerzo sería la comunicación, y afirma que “informar al público es una tarea difícil, pero necesaria, para obtener su apoyo en las actividades de la Convención”. Comunicación además se une a “sensibilización” en este contexto de la Convención del Patrimonio Mundial, quizá el instrumento que más influencia ha tenido en el mundo para la gestión del patrimonio, y que marca, por tanto, un ejemplo para muchas legislaciones y políticas locales y nacionales. Así, dentro de dicha estrategia se mencionan la aparición en artículos de prensa, las publicaciones sobre la temática, la página en Internet, etc.

Pero, la cuestión sería: ¿se trata verdaderamente de comunicación? ¿O estamos en realidad cayendo en la trampa de considerar comunicación, que implicaría una participación y una, al menos, bi-direccionalidad, algo que no es otra cosa que “información”?

Y visto lo anterior, nos surge una reflexión: si esa cuarta C que se agregó en 2002, la de la Comunicación, hubiera realmente tenido en cuenta su potencial participativo y dialógico, ¿hubiéramos necesitado cinco años después incluir la última C de la Comunidad?

<sup>44</sup> Información relativa a la región Europa, con datos de 2006. Ver página 35 de la publicación *Patrimoine Mondial. Défis pour le Millénaire*, UNESCO, 2007.

<http://whc.unesco.org/archive/2007/whc07-31com-13be.pdf>

<sup>45</sup> *Patrimoine Mondial. Défis pour le Millénaire*, UNESCO, 2007.

[http://whc.unesco.org/documents/publi\\_millennium\\_fr.pdf](http://whc.unesco.org/documents/publi_millennium_fr.pdf)

**REFLEXIONES A MODO DE FINAL (O DE COMIENZO)**

La cultura, como bien expresa Gonzalo Carámbula<sup>46</sup>, “tiene que ver con cómo vive, piensa, hace, sueña y *comunica* una *comunidad* determinada”<sup>47</sup>.

Es evidente que en las estrategias de promoción de la cultura por parte de diversas organizaciones, la gestión sostenible y participativa del patrimonio como elemento de desarrollo cobra cada día mayor peso. Pero en este ámbito, tenemos claramente el reto de la participación social, el involucramiento de la comunidad para contar con “prácticas activas de legitimación participativa”<sup>48</sup>, donde la ciudadanía no sea sólo informante o receptora de información, sino también intérprete de su legado cultural.

En un mundo donde el desarrollo no siempre es equitativo, debemos recordar que la participación activa de la sociedad en nuevas formas de gestión de este siglo XXI es clave. Pero es clave no sólo por los efectos directos que en el desarrollo social y humano tiene su implicación en la gestión patrimonial, sino porque la participación social, y especialmente la participación de las comunidades locales más desfavorecidas, es una cuestión de justicia social y de derechos humanos.

Así, deberemos generar procesos que garanticen la participación de todas las personas de las comunidades en igualdad de condiciones, incluyendo el enfoque de género en los procesos de promoción y salvaguarda del patrimonio.

Siguiendo a la Relatora Especial en la esfera de los Derechos Culturales, para la participación de la comunidad, pasemos de ver sólo el “valor universal excepcional” del patrimonio a un nuevo punto de vista: identificar los bienes patrimoniales que tienen significación para personas y comunidades. Así podremos empezar a contar con la dimensión humana del patrimonio cultural.

Ya es hora pues, de reconocer como patrimoniales los hechos de la vida cotidiana o expresiones culturales de comunidades minorizadas, incluyendo en él, en el patrimonio de todas y todos, los aportes de los grupos sociales más desfavorecidos o menos incluidos en la

---

<sup>46</sup> Carámbula, Gonzalo (2006) en Moneta, Carlos (ed.); *El jardín de los senderos que se encuentran: políticas públicas y diversidad cultural en el MERCOSUR*, UNESCO, Montevideo.

<sup>47</sup> Cursivas no incluidas en el original.

<sup>48</sup> Nordenflycht Concha, José (2008), Patrimonio y desarrollo local: una práctica social entre el saber y el poder, en *Pensar Iberoamérica*, Revista de Cultura, OEI.



narrativa histórica de nuestras sociedades. La recuperación de esa memoria será también clave en la incorporación activa de toda la sociedad en los procesos de futuro.

Es aquí donde, claramente, la comunicación puede ser una llave para la participación activa de la comunidad. La participación social, entendida como una relación de mutua implicación significativa, precisa de la comunicación, entendida como generación de vínculos y sentidos, para su máximo desarrollo. Así, participación cultural en equidad y comunicación están claramente ligadas.

Para ilustrarlo quizá de una forma más gráfica, deberemos solamente recordar que tanto la palabra “comunicación” como “comunidad”, tan nombradas en este texto, proceden de la misma raíz latina: *communis*, o lo que es lo mismo: común, mutuo y, aún más claramente, “participado entre varios”. Así, participación, comunidad, cultura y comunicación son elementos, sin lugar a dudas, indispensables para el desarrollo y el cambio social.

## Comunicación, educación y poder

Federico Abreu Silveira<sup>49</sup>

### INTRODUCCIÓN

Nadie podía explicar las razones por las que las niñas y niños de la Provincia de Corrientes en la República Argentina obtenían los peores resultados en su rendimiento escolar en comparación con el resto del Estado. Con la intención de poder desentrañar el misterio, Carolina Gandulfo viajó con su equipo hasta la zona (Ganduglia, 2008). Nada especial encontraba aquel equipo que explicara las diferencias tan notorias con el resto de las Provincias. Quizá alumnos y alumnas respondieran con un grado mayor de apatía, pero nada más. Los programas eran los mismos, la metodología educativa era la misma, el enfoque pedagógico también, hasta que una integrante del equipo, quizá con el oído mejor dispuesto a percibir lo no evidente, se percató de que niños y niñas se comunicaban “clandestinamente” entre sí en una lengua que no era castellano. Cabe señalar que la lengua castellana es la oficial “de facto” tanto en la Administración del Estado como en toda la Educación Pública. Pero aquellas criaturas hablaban diferente. Rápidamente comprendieron que el idioma desconocido para el equipo era el guaraní, la lengua indígena originaria de esa tierra antes de la llegada de la conquista española. Les sorprendió, asimismo, que el alumnado llegaba a la escuela con apenas unos conocimientos básicos de la lengua indígena, pero cuando finalizaban su proceso educativo la hablaban perfectamente.

### APUNTES INICIALES ACERCA DE LA IDEA DE COMUNICACIÓN

La historia que inicia este artículo tiene el mérito de poner en consideración algunos aspectos relacionados con comunicación que no siempre suelen ser atendidos en los proyectos que desarrollamos desde las ONGD. Hemos tenido, históricamente, una empecinada tendencia a

---

<sup>49</sup> Comunicador educativo. Doctorando en Estudios de Desarrollo

reducir la comunicación a una visión instrumental. Es justo decir también, que esto no nos sucede solamente a las ONGD; muchas veces cuando organizaciones de la más diversa índole expresan la necesidad de trabajar la comunicación, plantean ya desde el inicio la solución a los problemas desde prácticas instrumentales. Antiguamente, la redacción de un boletín o la creación de una campaña, más cerca en el tiempo la construcción o actualización de una página web y más cerca aún, la implementación de sendos perfiles en las más diversas redes sociales.

Sin embargo, en el ejemplo del inicio la comunicación era entendida desde un lugar bien distinto. Quizá en esta característica polisémica de la comunicación resida una de las mayores dificultades de su abordaje. Por contrapartida, la misma circunstancia puede transformarse en un activo: permite que los proyectos se enriquezcan y aborden aristas muy diferentes de la problemática. Lejos está de la intención de estas líneas desechar aquellos trabajos que atienden fundamentalmente a medios y mensajes, pero sí plantear una mirada más amplia que incorpore otras facetas menos abordadas en general.

## DE LA EDUCACIÓN POPULAR

La convulsa década de los 60 en América Latina brindó el contexto necesario para repensar la educación en medio de una situación de conflicto social y político cada vez más polarizado. El ensayo de políticas de corte neoliberal arrojaba grandes porciones de la población a la pobreza extrema. Las zonas rurales fueron quizá las más dañadas, aunque no las únicas. El potencial de crecimiento que se había cimentado en las décadas anteriores se abandonaba en pos de un modelo que derivó en enriquecer a quienes ya poseían mucho, y en empobrecer a quienes nada tenían.

En este contexto comienza a destacar el trabajo de Paulo Freire en el nordeste brasileño con una propuesta alternativa al modelo hegemónico de educación. Su *Pedagogía del Oprimido* (Freire, 1970) es también una primera aproximación teórica a aquello que con el curso de los años conoceríamos como Educación Popular.

Para Freire su trabajo era político a la vez que educativo; concebía la educación como un instrumento para la transformación y ello era en sí mismo un hecho político. De poco servirían los esfuerzos educativos si los grupos oprimidos no eran capaces de comprender su

posición de dominados y si, a partir de esa constatación, no se organizaban en una lucha tendiente a romper con el estado de sometimiento.

A la vista de los tiempos que corren hoy, hay quien puede creer que esta es una estrategia instalada en los 60, y que poco vienen a cuento las luchas por la liberación. Quizá sería bueno recordarles que las grandes transformaciones de las últimas décadas, también se han basado en esquemas como los propuestos por Freire. Basta con analizar las conquistas de los movimientos feministas y cómo las mujeres (y hombres en el último tiempo) se han organizado para romper con una lógica de exclusión de larga data. Lucha que aún hoy tiene una vigencia absoluta. Podría recordárseles también que las protestas iniciadas en 2010, a las que los medios denominan “Primavera Árabe” son producto de un largo proceso de reflexión sobre la represión y el sometimiento.

Volviendo a Freire, nos gustaría poner en consideración otras percepciones que complementan lo dicho hasta el momento. Tres son las claves para comprender cómo suceden los procesos educativos. La primera es que existe en las personas una curiosidad innata. Las personas “descubren que poco saben de sí, de su ‘puesto en el cosmos’ y se preocupan por saber más” (Freire, 1970: 24). La segunda es la constatación de la *inconclusión* humana, la constatación de que cada persona es en sí misma incompleta; una búsqueda permanente en el camino de la humanización. “Humanización y deshumanización, dentro de la historia, en un contexto real, concreto, objetivo, son posibilidades de los hombres como seres inconscios y conscientes de su inconclusión” (*ibidem*). La tercera, y quizá la más significativa a los efectos de este trabajo, es que esa búsqueda por la humanización sucede por medio de procesos colectivos. Freire insistirá en la idea de que el proceso de apropiación y construcción de saberes es una práctica colectiva que se basa en el diálogo. “Ahora, ya nadie educa a nadie, así como tampoco nadie se educa a sí mismo, los hombres se educan en comunión y el mundo es el mediador. Mediadores son los objetos cognoscibles que, en la práctica ‘bancaria’, pertenecen al educador, quien los describe o los deposita en los pasivos educandos” (Freire, 1970: 61).

Ahora bien, si la práctica educativa para la transformación es colectiva, y si esa comunión se realiza entre iguales de modo dialógico, es por medio de procesos de comunicación que esos saberes son construidos. Comunicación en la acepción que mencionamos al principio de este trabajo, como situaciones de intercambio/creación de saberes entre personas que comparten/construyen sentidos comunes y colectivos. De allí que no pueda haber práctica

educativa sin comunicación y que todo proceso comunicativo entre personas puestas en diálogo es a la vez un proceso educativo.

Freire mencionaba la práctica “bancaria de la educación”, metafóricamente aquella que deposita conocimientos en quienes de ellos carecen. Es oportuno detenernos un momento para analizar otro vínculo entre comunicación y educación: el correspondiente a los modelos educativos y comunicacionales.

#### LOS VÍNCULOS ENTRE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Otro latinoamericano, Mario Kaplún, profundizó en los vínculos existentes entre los modelos de ambos procesos (1998, 1996). Dice Kaplún que así como existe una educación bancaria, que se sustenta en una relación de desequilibrios y poder entre quien sabe y quien no, existe una idea de comunicación sometida a la misma lógica. Es la que promueve el conocido esquema del proceso de comunicación en el que una fuente emisora transmite un mensaje a una receptora. Una idea unidireccional de la comunicación basada en la transmisión de información y que utiliza como herramienta el monólogo (Kaplún, 1998). Los procesos educativos bancarios promueven una comunicación bancaria. Es el modelo de los medios de comunicación y de algunas prácticas que proponemos desde las organizaciones sociales, en especial las ONGD. De este modo de “comunicar” surgen casi todas las actividades que habitualmente llamamos de “sensibilización”. Javier Erro sugiere, desde hace mucho tiempo, que las ONGD nos interpelemos acerca de los modelos de comunicación que llevamos adelante. Nos invita a pensar si nuestros trabajos se inscriben dentro lo que denomina el modelo *eficientista* o propagandístico (la comunicación para cambiar conductas) o un modelo democrático-participativo (la comunicación como dimensión integrante de procesos más amplios de relación horizontal). Expresa Erro que el modelo propagandístico “cree que la comunicación todo lo puede y que basta con dar con el discurso adecuado para que la gente gire hacia la dirección que nosotros/as hemos elegido. La clave reside en producir mensajes con un fuerte impacto. Reduce los procesos de comunicación a pocos elementos: emisor, mensaje, medios, receptor y retroalimentación y, sobre todo, a la acción de un emisor (activo) que intenta persuadir a un receptor (pasivo) al que se le inyecta una señal” (Erro, 2002: 22). Kaplún se refiere también a este tipo de comunicación basada en los efectos y recuerda la intención manipuladora que se esconde detrás de ella. Una forma unidireccional, instrumental

y vertical de entender la comunicación que trasluce una determinada forma de entender las relaciones y, sobre todo, el ejercicio del poder.

El segundo modelo que nos sugiere Erro es el que se construye desde el diálogo horizontal. Un modelo cuyo “objetivo es aprender y crecer juntos y juntas. Por eso dialoga con el ruido (el camino discontinuo y no dictado, el disenso, la apertura, la asamblea) y con el conflicto (fruto de la multiplicidad de sujetos y miradas): los concibe como garantías del ajuste a unas realidades cambiantes y a la pluralidad de miradas. En sentido literal podemos decir que se trata de un modelo en-ciclo-pédico porque entiende el aprendizaje como la puesta del saber en ciclo: ni pretende apropiarse de la verdad o imponerla, ni considera que los sujetos están acabados, porque los ve como sujetos en proceso” (Erro, *op. cit.*: 24).

También Kaplún había planteado un modelo de comunicación, y por tanto de educación, que se basara en el diálogo y en la construcción colectiva, cuyo énfasis estuviera en los procesos. Es cuando su teoría se aproxima a la de Freire, a la acción liberadora, al compromiso, a una comunicación y una educación que trabaje por transformar las relaciones de poder. “El cambio fundamental aquí consiste en el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico; en ese proceso de un hombre desde los condicionamientos que lo han hecho pasivo, conformista, fatalista, hasta la voluntad de asumir su destino humano; desde las tendencias individualistas y egoístas hasta la apertura a los valores solidarios y comunitarios” (Kaplún, 1998: 50).

## DOS MODELOS DE DESARROLLO

El lugar teórico en el que nos ubiquemos para entender el desarrollo también determinará a qué idea de educación y comunicación nos acerquemos en definitiva.

En lo que refiere este concepto es posible encontrar un sinnúmero de aproximaciones, a veces complementarias, a veces contradictorias. Cierto es que los años siguientes al fin de la segunda Guerra Mundial, el desarrollo fue entendido vinculado a la certeza que existía un modelo de desarrollo al que tender. Se ha expresado, no en pocas oportunidades, la necesidad de que los países “subdesarrollados” (luego “en vías de desarrollo”) se encaminaran a adoptar un modelo económico y productivo que los acerque al bloque de países “desarrollados”. En estos procesos pocas veces se ha tenido en cuenta las necesidades de la población de aquellos

países y, mucho menos, su cultura o su propio modelo histórico-productivo. Se ha difundido una idea economicista del desarrollo sostenida en la hipótesis de que para ser feliz hay que parecerse a Europa, Estados Unidos o Japón.

Durante décadas, la teoría y los organismos internacionales han asimilado el desarrollo con el crecimiento; es decir un desarrollo que seguía basado en la economía. El propio concepto de desarrollo local, ampliamente difundido en a partir de los 70, así como el de innovación y muchas de las propuestas de la Unión Europea caminan en este sentido. Olvidan así que otros procesos entran en juego, entre ellos las consecuencias que el crecimiento tiene en las personas, en los grupos, en la reproducción de los estereotipos de género, en la integración multicultural o, sencillamente, en el bienestar de la mayoría. Han defendido la idea de que el crecimiento (esencialmente económico) es posible gracias a un proceso de innovación en el sistema productivo cada vez más expandido. En definitiva, afirman que el bienestar reside sobre todo en la adquisición de unas tecnologías (productivas, sociales, culturales). Es por ello que cuando pensamos en innovación generalmente lo hacemos asociado a la idea de innovación tecnológica o a nuevos modelos organizacionales que colaboran esencialmente en el incremento de la productividad.

Sin embargo, las últimas décadas han ido demostrando que la implantación de un modelo exógeno no solamente no lograba los resultados esperados, sino que las consecuencias económicas de su implantación resultaron nefastas para las sociedades de “acogida” (basta analizar las consecuencias que en América Latina produjo la implantación del modelo de desarrollo promovido por el FMI en la década del 90). Pero por fortuna la idea de desarrollo es tan polisémica como la de educación o comunicación que exponíamos líneas atrás. La crisis profunda del capitalismo y de uno de sus eslabones más indispensable, el sistema financiero, han sido el escenario para que en América Latina se extienda la idea de que el desarrollo difícilmente pase por la adopción de unos modelos impuestos desde los países desarrollados. Surge así, la certeza de que los esfuerzos deben encaminarse a recuperar lo que los pueblos indígenas originarios de América denominaban *sumak kawsay* y que conocemos hoy con el nombre de Buen Vivir. La misma idea recibe otras denominaciones según las zonas: Suma Qamaña (Vivir bien), Ñande Reko (Vida Armoniosa), hasta los modelos que se articulan en torno al Socialismo Comunitario y al Socialismo del siglo XXI (León, 2010). Es una idea de desarrollo ubicada en las antípodas de las que han pretendido imponerse desde los organismos económicos internacionales. “El *buen vivir*, en su formulación básica, pone el acento en la relación armónica e integral entre los seres humanos y la naturaleza. Dice Alberto Acosta: ‘El *buen vivir* nace de la experiencia de vida colectiva de los pueblos y nacionalidades

indígenas. Busca la relación armoniosa entre los seres humanos y de estos con la Naturaleza... Es un elemento fundamental para pensar una sociedad diferente, una sociedad que rescate los saberes y la tecnologías populares, la forma solidaria de organizarse, de dar respuesta propia” (León, 2010: 3).

Podemos afirmar que el “buen vivir” es una forma alternativa que los pueblos de la América Latina del siglo XXI escogen para su propio desarrollo. Una idea basada en el respeto por la relación con la Naturaleza, pero también con las personas. Una idea que tiene a la diversidad como herramienta constitutiva, pues se comprende que no hay dos pueblos iguales. Incluso dentro del mismo pueblo grupos diferentes luchan por satisfacer sus diferentes necesidades. El “buen vivir” promueve la integración de todas las miradas en un relacionamiento armónico y dialógico.

Es cierto que en esta breve descripción se han dejado fuera otros modos de entender el desarrollo. No hemos hecho referencia al Desarrollo Endógeno, ni al Desarrollo Local, ni al Desarrollo Humano, ni tan siquiera al Desarrollo Humano Local. Nuestra intención ha sido la de presentar brevemente los “extremos” conceptuales por los que transita la idea de desarrollo, por lo que una descripción más exhaustiva de su evolución, excede ampliamente las pretensiones de este artículo.

#### **ENTONCES ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO DECIMOS COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO?**

Hemos visto, pues, que históricamente es posible encontrar acercamientos diferentes al concepto de desarrollo, de educación y de comunicación. Hemos intentado demostrar, asimismo, que puede establecerse un cierto paralelismo entre esos acercamientos que transitan entre una enfoque dirigista, bancario, impuesto y otro horizontal, dialógico y construido colectivamente. Por ello es que volveremos a insistir en la idea que estos tres elementos (desarrollo, educación y comunicación) deben analizarse conjuntamente a efectos teóricos, y su puesta en relación debe estar presente también en las actividades concretas que llevemos adelante. De la idea en que un colectivo concibe su propio desarrollo derivarán los procesos educativos y comunicacionales que lo atraviesen.



Luego de expresar el carácter indisoluble de los términos, dedicaremos algunas líneas a ahondar en la idea de cómo la comunicación mediatiza los procesos de desarrollo y cual es el rol que podrían desempeñar las ONGD en ese contexto.

Nuestra propuesta es expandir el concepto de comunicación mucho más allá de lo que históricamente hemos entendido como tal. Lejos de nuestra intención está proponer el abandono de las tareas de sensibilización, por ejemplo, que han sido esenciales para que las poblaciones del *Norte* tomen conciencia de la situación de las de *Sur*. Tampoco propondremos no realizar campañas de comunicación centradas en las desigualdades que nos impone el modelo capitalista. Pero, circunscribir la comunicación para el desarrollo a estas ideas, es limitar innecesariamente su potencial. Entendemos que educación y comunicación están unidas de modo indisoluble, por ello proponemos que todo proceso comunicativo sea entendido como educativo y viceversa. En este contexto, se impone más la promoción de la corresponsabilidad de todas las personas en la lucha por el bienestar tanto a nivel local como global.

La complejidad de la emergencia de nuestro tiempo impone una mirada diferente de la transformación social, una mirada integradora. Esta mirada deberá tender hacia una construcción compleja de las relaciones sociales. Una mirada a la que García Canclini denomina “el carácter integral de la transformación social”. “Diversos agentes sociales indican hoy la amplitud que debe tener un cambio popular: los movimientos indígenas que conciben unificadamente, como tratándose de lo mismo, la lucha por la tierra, la lengua y la cultura; los movimientos sociales urbanos que reclaman a la vez mejores salarios, servicios materiales y culturales; los movimientos feministas que cuestionan conjuntamente la desigualdad en el trabajo y en la vida cotidiana. Lo popular se construye en la totalidad de las relaciones sociales, en la producción material y en la producción de significados, en la organización macro-estructural, en los hábitos subjetivos y en las prácticas interpersonales” (García Canclini, 1984: 76).

Nuestra propuesta se sustenta en esta idea compleja de la realidad y de su transformación. Un proceso que integre la complejidad antes que la simplificación, un trabajo que colabore con las necesidades de los diferentes grupos comprendiendo sus construcciones simbólicas y sus relaciones interpersonales.

En este mismo sentido se ha expresado Erro en innumerables trabajos (2002, 2003, 2004, 2006, 2010). En uno de los últimos (2010), y en relación al papel que deben asumir las ONGD en procesos de comunicación, sintetiza estas ideas en tres estrategias fundamentales.

- a) Superar un concepto de comunicación que se confunde con el de información. Es decir, abandonar el énfasis en la transmisión de datos y productos (una visión instrumental de la comunicación) para hacerlo en el reconocerse, relacionarse, poner en común y participar.
- b) Vincular la comunicación a la idea de reconocimiento de la otra persona. Una posición horizontal de personas en relación de igualdad que no solo intercambian mensajes sino que construyen colectivamente sentidos comunes.
- c) Comprender el carácter preformativo del lenguaje, y comprender que esto implica una relación de poder. Los discursos de las ONGD han *diseñado* durante años la imagen que se tiene en el *Norte*, respecto de las sociedades del *Sur*. Esta construcción simbólica representa una relación de poder, que no solo elabora la imagen que se tiene en el Norte, sino que incide directamente perfilando la propia cultura de las sociedades del Sur.

Estos tres componentes enunciados por Erro (2010:142-144) proponen a las ONGD exceder el concepto de comunicación que han construido durante todos estos años. Pasar de la comunicación a lo comunicativo. Si entendemos este pasaje, si comprendemos que el trabajo en comunicación reside en el reconocimiento de la diversidad, en la complejidad de la realidad, en la urgencia de atender las necesidades de los diversos grupos, en el reconocimiento de que la exclusión no es monopolio de una zona geográfica, quizá estemos en condiciones de romper con las ideas que tenemos del *Norte* y del *Sur*. Más aún, nuestra propuesta es la de erradicar la propia existencia de un *Norte* y de un *Sur*, hacia un modelo que reconozca que todos los colectivos (independientemente de dónde se ubiquen en el mapa) son capaces de establecer un modelo propio de desarrollo, y que ese modelo se explica desde su historia y se construye a través de las relaciones interpersonales por medio de la comunicación.

Si entendemos con Gabriel Kaplún que la comunicación deviene en un proceso de construcción de vínculos y sentidos (2004), podemos afirmar que el trabajo deberá centrarse en reconocer las necesidades de los colectivos por establecer *vínculos* con otras personas y grupos y en la de construir *sentidos* compartidos. El mismo Kaplún expresa que cuando se refiere a *sentidos* lo hace desde dos puntos de vista: "(...) en tanto la cuestión del significado pero también de la dirección, de un hacia dónde. Cuál es el sentido hacia el que caminamos, darle sentido a la vida de uno (...) cuando uno le da sentido a su vida le está, generalmente,

queriendo decir ambas cosas; le da alguna dirección, tiene una idea más clara hacia dónde va y al mismo tiempo le encuentra un significado” (Kaplún: 2005: 2).

Desde un punto de vista operativo trabajar desde la re-construcción de sentidos o, al menos, en la reflexión sobre los sentidos, nos ofrece una oportunidad para comprender por ejemplo la forma en la que las comunidades entienden el género, la diversidad sexual, la interculturalidad, la pobreza. De este modo la comunidad podrá cuestionarse, por ejemplo, acerca del rol que desempeñan las mujeres, o sobre la forma en la que son integradas las personas provenientes de otros territorios. Así, finalmente podremos concebir la comunicación como un proceso horizontal, de construcciones colectivas, de relaciones de igualdad entre personas y grupos.

Para finalizar, quisiéramos volver a la historia del inicio. Aquellas niñas y niños que clandestinamente se comunicaban en guaraní y que tenían tan preocupadas a las autoridades responsables del sistema educativo argentino. Sus vínculos no solo se fortalecían por el uso de la misma lengua (que también), sino por compartir ritos, creencias, costumbres, valores que les eran propios, que daban sentido a su relación, que los cohesionaba como grupo y que los distinguía del resto del alumnado de la República Argentina. Las autoridades educativas iniciaron un plan piloto para “legalizar” la lengua oculta y pronto obtuvieron respuesta. El rendimiento se disparó y los resultados comenzaron a acercarse poco a poco a los del resto del Estado. Queriéndolo o no, aquellas criaturas transformaron la sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

- García Canclini, N. (1984) "Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular" en Nueva Sociedad Nº 71 Marzo-Abril de 1984 *Comunicación ¿Dominación o Democracia?* Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert. En <http://www.nuso.org/revista.php?n=71> (acceso: 05/01/2013).
- Erro Sala, J.  
(2010) "Comunicación, Cooperación Internacional y ONGD: Un modelo de trabajo desde la educación y la cultura" en Burgi, T. y Erro Sala, J. (coord.) *Comunicando para la solidaridad y la cooperación: cómo salir de la encrucijada*. Pamplona: Foro Comunicación, educación y ciudadanía.
- (2006): "Comunicación e información", en Ortiz-Osés, A. y Lanceros, P *Diccionario de la existencia. Asuntos relevantes de la vida humana*, Barcelona: Anthropos.
- (2004): "¿Comunicar en valores? Una propuesta educadora para las ONGD", en Marí Sáez, V. (coord.) *La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*. Madrid: E. Popular. Páginas 116 - 134.
- (2003): "ONGD: ¿comunicarse por qué y para qué? El paso de la comunicación mercadeada a la comunicación social educativa", en Benet, V. y Nos Aldás, E. (Eds.)(2003): *La publicidad en el Tercer Sector. Tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria*. Barcelona: Icaria. Páginas 53-81.
- (2002) *Comunicación, desarrollo y ONGD*. Bilbao: Hegoa.
- Freire, P. (1970) *Pedagogía del Oprimido*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Ganduglia, N. (2008) *Los caminos de Abya Yala: Hacia un desarrollo culturalmente sostenible en América Latina*. Montevideo: Signo.
- Kaplún, G.  
(2005) "¿Cómo y para qué hacemos comunicación?" Conferencia dictada en Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba en abril de 2005. Publicada en *Anuario de Investigación y Extensión 2004-2005*. Córdoba: ECI-UNC.
- (2004) *Mitos y deseos sobre desarrollo, participación y comunicación*. Porto Alegre: IAMCR. <http://www.edicionessimbioticas.info/IMG/pdf/kaplun.pdf> (acceso: 12/01/2013)
- Kaplún, M. (1998) *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- León, I. (2010) *Sumak Kawsay / Buen Vivir y cambios civilizatorios*. Quito: FEDAEPS.

## Educación para el desarrollo y comunicación: explorando nuevos marcos, creando nuevos lenguajes y mensajes

Manuela Mesa<sup>50</sup>

*“Comprender por qué la gente piensa lo que piensa y cómo podemos cambiar las actitudes es algo fundamental para cualquier organización cuya misión sea la de hacer del mundo un lugar mejor”<sup>51</sup>.*

La educación para el desarrollo cuenta ya con un largo recorrido y es especialmente en la década de los setenta cuando se configura como una práctica educativa ligada a la solidaridad internacional y a los movimientos de renovación pedagógica. Es un momento de auge de los movimientos sociales en su apuesta por la transformación social y por la búsqueda de la justicia. También será en ese periodo cuando agencias de Naciones Unidas como UNESCO, promulgarán Recomendaciones<sup>52</sup> para promover la inclusión de las cuestiones internacionales relacionadas con la paz y la solidaridad en los currículos escolares. Desde esa fecha, la educación para el desarrollo se ha ido consolidando y ha ido adquiriendo rasgos propios. Según países y procesos ha sido denominada de diversas maneras: educación para el desarrollo, educación mundial, educación para la solidaridad, educación global, entre otras. Y poco a poco, ha pasado a convertirse en un componente de las políticas y estrategias de los diversos actores que integran el sistema internacional de cooperación y ayuda al desarrollo, sean gubernamentales o no gubernamentales.

En España, con la aprobación de la Ley de Cooperación, en julio de 1998, la educación para el desarrollo se define como uno de los instrumentos a través de los cuales se pone en

<sup>50</sup> Directora del Centro de Educación e Investigación para la Paz (CEIPAZ) de la Fundación Cultura de paz.

<sup>51</sup> Darton, Andrew and Martin Kirk (2011).

<sup>52</sup> Recomendación sobre la Educación para la Comprensión, la Cooperación y la Paz Internacionales y la Educación relativa a los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales. Unesco 1974. Disponible en: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13088&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13088&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

práctica la política española de cooperación internacional. Será en el Plan Director 2004-2008, en el que se incorpore como uno de los ejes de actuación. Posteriormente en el Plan Director 2009-2012 la educación para el desarrollo fue considerada eje prioritario de actuación de la cooperación española y fue también en este periodo cuando se elaboró la Estrategia de Educación para el Desarrollo (2007) que define las líneas de actuación más relevantes en el ámbito de la educación formal, la educación no formal e informal. En el IV Plan Director de la Cooperación Española (2013-2016) la educación para el desarrollo, deja de ser un eje prioritario para pasar a ser un ámbito de acción centrado principalmente en la información y comunicación sobre los proyectos de cooperación al desarrollo.

La configuración del concepto y la práctica de la educación para el desarrollo está directamente relacionada con el contexto y los condicionantes históricos del desarrollo, la cooperación internacional y las relaciones Norte-Sur, y con la evolución de los actores que la han incorporado como una de sus actividades y formas de actuación.

El origen y evolución de la educación para el desarrollo está muy ligado a la historia de las organizaciones no gubernamentales. Muchas de las primeras iniciativas en el ámbito de la educación para el desarrollo surgieron a partir de los programas en el exterior de diversas ONGD. Estas iniciativas a menudo pretendían informar del contexto económico y social de los países en desarrollo en el que se realizaban los proyectos, con el objetivo de obtener el respaldo de la opinión pública y dar a conocer las más serias violaciones de los derechos humanos que se derivaban de la situación de subdesarrollo (Regan 1994: 2). En fases posteriores el panorama institucional de la educación para el desarrollo se ha hecho más plural y complejo, al hacer su aparición nuevos actores institucionales —organizaciones intergubernamentales, medios de comunicación, instituciones educativas formales, otras organizaciones sociales— pero las ONGD siguen teniendo un papel central en la definición de las temáticas, los enfoques y los contenidos.

Las motivaciones y objetivos últimos de la educación para el desarrollo, al igual que otras acciones de cooperación internacional se fundamentan en el principio de la solidaridad internacional, cuyos fines se relacionan con varias líneas de reflexión, que a menudo convergen o se interrelacionan, y cuya evolución explica la cambiante fisonomía del discurso solidario en el que se ha basado el concepto y la práctica de la educación para el desarrollo en las últimas décadas (Gómez-Galán y Sanahuja 1999: 220).

a) La reflexión humanitaria: la voluntad de prevenir y aliviar el sufrimiento humano por encima de cualquier consideración de raza, sexo, culto o condición social dio origen en el siglo XIX a organizaciones como la Cruz Roja. El compromiso humanitario con las víctimas de los conflictos armados pronto se extendió a las poblaciones golpeadas por hambrunas y desastres naturales. En los años sesenta y setenta, en un contexto de auge del “desarrollismo”, la Cruz Roja empezó a considerar la pobreza, el hambre y el subdesarrollo como “desastres permanentes” a los que también se extendía el compromiso humanitario. La aparición de organizaciones como Médicos sin Fronteras o Médicos del Mundo ha diversificado notablemente el escenario de la acción humanitaria.

b) La reflexión religiosa: las campañas de recaudación de fondos de las misiones católicas y protestantes del periodo colonial son uno de los precedentes históricos de la educación para el desarrollo de las ONGD. No obstante, a partir de los años sesenta los cambios que se producen en la Iglesias católicas y protestantes —Ecumenismo, Concilio Vaticano II, Encíclicas *Pacem in Terris* y *Populorum Progressio*, doctrina social de la Iglesia, Conferencia Episcopal de Medellín en Latinoamérica (CELAM)...— contribuyen a transformar la actividad misionera y la concepción tradicional de la caridad, sustituyéndolas por un claro compromiso de transformación social. En los años setenta y ochenta la “Teología de la Liberación” contribuirá a profundizar ese compromiso. En la actualidad, buena parte de las actividades de educación para el desarrollo de ONGD europeas de carácter confesional han dejado atrás las visiones caritativas tradicionales y tienen como objetivo un compromiso solidario orientado a la participación social.

c) La reflexión ética: el compromiso ético con la paz, la justicia y la solidaridad entre los pueblos y en las relaciones Norte-Sur es la fuerza impulsora de muchas ONGD laicas y no partidistas surgidas en los años sesenta y setenta y de sus actividades de educación para el desarrollo. La educación para el desarrollo es, para estas ONGD, una forma de dar respuesta al imperativo moral que representa la pobreza y la injusticia, así como el compromiso expreso con la afirmación de los derechos humanos, especialmente los de contenido económico y social.

d) La motivación política e ideológica: la movilización social en favor de los pueblos en proceso de descolonización, los movimientos de liberación nacional, las organizaciones populares, los movimientos sociales y los pueblos sometidos a Gobiernos dictatoriales fue, desde los años cincuenta, una de las principales fuerzas impulsoras de la solidaridad internacional y por ende de las actividades de educación para el desarrollo de las ONGD en los países industrializados. A menudo estas actividades de solidaridad han sido apoyadas explícitamente por partidos políticos y sindicatos a través de las respectivas “internacionales”: liberal, democristiana, socialista, comunista y conservadora. En la actualidad, es frecuente encontrar actividades de educación para el desarrollo impulsadas por ONGD, por fundaciones vinculadas a partidos y a sindicatos, y por estas últimas organizaciones.

e) La evolución del pensamiento sobre el desarrollo y, en general, la conformación del orden internacional, también ha tenido una influencia decisiva en la evolución del discurso solidario del que se nutre la educación para el desarrollo. El vínculo entre las ONG y los centros de investigación y las universidades ha alentado esto. Más aún, las actividades de educación para el desarrollo de las ONGD han sido el escenario de este debate y han contribuido positivamente al mismo aportando una reflexión emanada del contacto directo y el trabajo “en el terreno” con las poblaciones del Sur.

Además de estas motivaciones, el concepto y la práctica de la educación para el desarrollo se ha definido a partir de unos marcos de referencia determinados, que explican la visión del desarrollo y el papel que puede jugar la educación. Estos marcos de referencia han sido claves para definir conductas y acciones y para vincular la solidaridad y la cooperación al desarrollo a un conjunto de valores determinados.

Cuando hablamos de marcos de referencia, nos estamos refiriendo a mecanismos cognitivos que se utilizan para entender palabras, imágenes o experiencias mediante el cual las personas estructuran sus pensamientos. “Entendemos el mundo a partir de la referencia a los marcos que hemos adquirido” (Darton y Kirk 2011:25). Y el análisis de estos marcos de referencia resultarán claves en el análisis de los discursos narrativos y visuales sobre la solidaridad.

El lingüista George Lakoff ha sido una de los principales académicos que ha definido los marcos (frames), así como el poder de las metáforas en el lenguaje. Fue asesor de comunicación en la campaña política de los demócratas en Estados Unidos. Sus reflexiones y estrategias fueron publicadas en el libro, *No pienses como un elefante* (2007). En este trabajo,



Lakoff advertía de que si a alguien se le pide que no piense en un elefante es inevitable que eso ocurra. Lakoff plantea los marcos como: “Las estructuras mentales que nos permiten a los seres humanos comprender la realidad, y en ocasiones, crear lo que nosotros consideramos que es la realidad (...). Estructuran nuestras ideas y nuestros conceptos, conforman nuestra manera de razonar, e incluso repercuten en la manera en la que percibimos y actuamos. La mayoría de las veces, usamos los marcos de forma inconsciente y automática; los usamos sin darnos cuenta” (2006:61, citado en Darton y Kirk 2011).

Los marcos se construyen a partir del lenguaje, de las imágenes y de las experiencias cotidianas de las personas y cada marco lleva asociado diversos tipos de información. Cuando se utiliza una palabra o una imagen, además del significado de la palabra o de los elementos que conforman la imagen, esta se relaciona con el contexto, las emociones y cualquier valoración positiva o negativa que tengamos al respecto. A medida que los marcos se repiten, se refuerzan y pasan a ser una referencia en la manera en que las personas estructuran su forma de pensar.

“Framing” significa “enmarcar” y es una herramienta que permite analizar la realidad desde una estructura cognitiva determinada. Los marcos dan sentido a los hechos y los dotan de una cierta racionalidad y coherencia. También proporcionan un “sentido de propósito” a las prácticas sociales, donde los discursos devienen en argumentos legitimadores. Por todo ello, definen expectativas, asignan roles y funciones y prescriben conductas, estableciendo de antemano incentivos y penalizaciones. Los marcos pueden considerarse una herramienta para la acción. En palabras de Lakoff (2007): “Cambiar el marco significa promover el cambio social. Cambiar el marco es cambiar el modo que tiene la gente de ver el mundo. Es cambiar lo que se entiende por sentido común”.

La identificación de los marcos es una herramienta extraordinaria para explicar la solidaridad, particularmente cuando se ponen en relación con las visiones dominantes sobre el desarrollo, la cooperación internacional, los actores y las acciones prioritarias que han ido cambiando a lo largo de los años. Además, permite conocer los valores y los principios que subyacen detrás de determinados discursos y saber como las actividades que se realizan o la información que se produce, puede ayudar a superar determinadas visiones o a cuestionar principios profundamente arraigados en el imaginario colectivo. La identificación de los marcos debe considerarse como una propuesta abierta a la discusión y al debate y un instrumento de análisis sobre la evolución de los discursos de la solidaridad.

¿Cuáles son los marcos que se ha utilizado para abordar el desarrollo y definir el discurso de la solidaridad? Hemos identificados tres marcos de referencia principales. Estos son:

**a) El marco caritativo-asistencial: “A las poblaciones del Sur hay que darles la caña o enseñarles a pescar”.** El subdesarrollo se presenta asociado al hambre, a las carencias materiales acuciantes debido a situaciones de emergencia y crisis humanitarias. Se centra en las situaciones de atraso provocada por la pobreza y la exclusión. Se muestran imágenes-tipo que suelen reflejar a las personas de África, América Latina y Asia como objetos impotentes, pasivos, desesperanzados y cuya única esperanza es la compasión ajena y la ayuda procedente de los países industrializados del Norte. Para lograr el progreso y el desarrollo se considera que es preciso la aceptación acrítica de la experiencia del Occidente industrializado como el único sendero posible. La propuesta se basa en la transferencia de las técnicas y conocimientos occidentales “modernos” a sociedades consideradas a priori “ignorantes” y “primitivas”. Se trata de que los países industrializados faciliten sus técnicas y conocimientos para que las sociedades “atrasadas” dejen atrás la guerra, la anarquía y la pobreza y se “modernicen” y alcancen por sí mismas los niveles de bienestar de los países del Norte.

Visión eurocéntrica, en el que se pone el énfasis en la ayuda del Norte como solución al subdesarrollo, ignorando los procesos y esfuerzos locales.

Valores: asistencialismo y beneficencia, compasión, paternalismo, eurocentrismo y altruismo.

**b) El marco crítico y solidario .**Se considera que el desarrollo y el subdesarrollo forman parte de un mismo proceso, que enriquece a una parte y empobrece a la otra. Esta configuración del sistema internacional se inició con el colonialismo que asignó a los países coloniales el papel de centro y a los países colonizados se convirtieron en la periferia del sistema que funcionaron según los intereses y las necesidades del centro. Mientras que no cambien las reglas internacionales que mantienen este orden injusto que favorece a unos países y empobrece a otros, no se podrá alcanzar el desarrollo.

Este marco aborda el desarrollo /subdesarrollo desde un enfoque crítico que reconoce la responsabilidad histórica del Norte en el mantenimiento de la desigualdad y la pobreza en el planeta y plantea la necesidad de un Nuevo Orden Económico Internacional y un desarrollo centrado en las personas. Se cuestiona la imposición de modelos occidentales, porque no son sostenibles ni generalizables para la población mundial, dado que hay unos límites ecológicos que lo impiden.

Visión que pone en relación el desarrollo y el subdesarrollo como parte de un mismo proceso, con límites ecológicos y centrado en las personas

Valores: sostenibilidad, equilibrio, justicia, solidaridad, responsabilidad, diversidad, equidad.

**d) El marco de ciudadanía global y la crisis sistémica.** La ciudadanía global implica un conjunto de derechos y deberes que trascienden las fronteras del Estado-Nación y que suponen una responsabilidad colectiva en la preservación del planeta y en la conformación de una democracia cosmopolita que ofrezca soluciones a los problemas globales que se afrontan, estableciendo marcos de regulación a los mercados financieros y a los actores económicos globales. El desarrollo en el contexto de la globalización implica que la realidad local e internacional está interconectada y que existen problema globales que requieren de soluciones globales. La subordinación de las metas sociales al mercado global tiene fuerte implicaciones para el desarrollo, por el aumento de la desigualdad mundial y los escasos avances en la lucha contra la pobreza.

Visión sistémica que aborda el desarrollo en el marco de la globalización, así como la preservación de los bienes públicos globales. Valores: universalismo, solidaridad y responsabilidad.

#### **EL PAPEL DE LAS IMÁGENES EN LA CONFIGURACIÓN DE LOS MARCOS**

Los marcos se definen a partir de discursos e imágenes que explican la realidad y que son compartidas por una colectividad.

Nunca en la historia de la humanidad la población había estado expuesta a una densidad tan grande de imágenes y nunca las representaciones visuales habían ocupado tan intensivamente el espacio privado y público. Y este fenómeno ha aumentado en los últimos años con el uso de Internet, las redes sociales, los videojuegos, la cámara digital y el vídeo y su posterior integración en la telefonía móvil. Se han creado nuevos sistemas de transmisión de información y conocimiento y de contacto con la realidad, que son completamente nuevos y ajenos a los ámbitos tradicionales de socialización y aprendizaje. Es lo que se ha definido como la era digital, que abre un número inmenso de opciones y facilita el trabajo en redes.

El ámbito de las ONGD y de la cooperación internacional no ha sido ajena a este fenómeno y ha tratado de incorporar a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como una herramienta de trabajo en su quehacer diario. También el análisis sobre las imágenes y

mensajes sobre el Sur ha sido objeto de análisis y reflexión, lo que dio lugar a un primer documento: *El Código conducta sobre de imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo* que fue aprobado por la coordinadora de ONGD europeas en 1989 y que posteriormente ha sido objeto de revisión y actualización. El código resalta la importancia de las imágenes y mensajes producidos sobre el Sur y establece unas orientaciones básicas, para mostrar a las organizaciones de África, América Latina y Asia, respetando su dignidad, evitando visiones fatalistas o que generen compasión y promoviendo “dar la voz a las organizaciones del Sur”.

Las imágenes conforman un universo simbólico, que ubican los acontecimientos dentro de una unidad coherente que comparten las personas socializadas en esa colectividad. Entendemos por imágenes, todas aquellas representaciones visuales, como la fotografía, el arte gráfico, la publicidad, la televisión o el cine, entre otros. El lenguaje visual es dinámico y los códigos de lectura de la imagen no son universales, por lo que cada lector interpretará la imagen según sus claves culturales, sus experiencias, y circunstancias personales y de acuerdo al marco cognitivo que en la persona prevalezca. Ello está en la base de la polisemia de las imágenes.

Una imagen puede resultar más potente que los hechos que describe. Además se tiene la impresión que una imagen no puede mentir, que recoge la realidad y en eso reside el enorme poder de la misma: esta visión parcializada de la realidad se confunde con la propia realidad. Esto permite introducir visiones del mundo determinadas ante una situación. La imagen es una forma de aislar una parte respecto a la totalidad. El lenguaje visual es dinámico y refleja los cambios que se producen en la sociedad. Las imágenes transmiten no solamente ideas y conceptos, sino valores, sentimientos y actitudes (carga racional y afectiva) y son un instrumento de acopio colectivo del conocimiento. Por ello decimos que las imágenes son sintéticas. Como afirma Luis Muiño (*El País*, 28 de octubre de 2012): “Las imágenes y los medios audiovisuales son un eficaz instrumento de persuasión. La mezcla de estímulos que lo componen nos lleva a una profundidad emocional que pocas veces alcanzamos en la vida real: la fotografía, las imágenes que se graban en nuestra memoria, esa sensación de realidad hace que los contenidos sean influyentes”. La comunicación es una dimensión fundamental de las relaciones de poder, bien de los ejercicios de dominación, o bien de las prácticas de resistencia (Saiz 2007: 189-190).

Tal vez esto explicaría, por ejemplo, porque es frecuente ilustrar situaciones como la escasez de alimentos en una zona determinada a través de la imagen de un niño esquelético, con el vientre abultado. Sin embargo, la realidad es que sólo una minoría de casos de

malnutrición acaba en esa situación tan “fotogénica”. La gran mayoría de las poblaciones afectadas por desnutrición mueren por enfermedades como la diarrea, fiebres, etc., que no corresponden exactamente con la imagen que se reproduce habitualmente. Cuando el fotógrafo elige este marco está abordando la escasez de alimentos desde una determinada perspectiva, que elige y que construye realidad. Y esto tiene importantes implicaciones para la educación para el desarrollo, cuando trata de definir que discursos generan solidaridad y a que valores se asocian.

Las narrativas dominantes legitiman la desigualdad en el reparto de la riqueza y el poder en el mundo, que se manifiesta en pobreza, crisis ecológica, violación de los derechos humanos, exclusión y conflictos armados. Esta narrativa utiliza visiones estereotipadas para explicar la pobreza y la exclusión social, atribuyéndoles rasgos asociados a la violencia, indisciplina, primitivismo y atraso, entre otros.

Frente a esto, se están conformando narrativas alternativas que explican el desarrollo, la sostenibilidad ambiental, la exclusión social, o la igualdad de opciones para hombres y mujeres, promoviendo la cohesión social y las relaciones en red, como un elemento constitutivo de lo colectivo y del bien común.

En los análisis realizados hasta ahora se constata que los proyectos comunicativos sobre la solidaridad, tratan de ofrecer relatos, imágenes, preocupaciones, intereses que son negados u ocultados de los espacios públicos convencionales sobre cooperación al desarrollo. Y por lo tanto, ampliar el imaginario implica no sólo modificar los estereotipos sobre las representaciones de la pobreza, sino reivindicar que los discursos hablen de las personas del Sur de otra manera, recogiendo sus experiencias desde un enfoque amplio.

En definitiva se trata de “Imaginar un conjunto de voces plurales y múltiples desde las que sea posible ser ciudadano o ciudadana del mundo”. Por su parte, desde el ámbito de la incidencia política y la comunicación, también existen algunas propuestas para ofrecer discursos alternativos sobre el desarrollo y la solidaridad.

#### **LOS ESTEREOTIPOS SOBRE EL SUR**

Las visiones estereotipadas sobre la pobreza en África, Asia y América Latina muestran unas relaciones de poder y dominación que se expresan de distintas maneras. Una de ellas es en el

establecimiento de oposiciones binarias como lo desarrollado frente a lo subdesarrollado, lo moderno frente a lo tradicional, lo normal frente a lo excepcional o transitorio, lo civilizado frente a lo bárbaro. Un ejemplo de esto son las relaciones Norte-Sur basadas sobre dos nociones contrapuestas: civilización y barbarie. El Sur representa la barbarie, la ferocidad, el salvajismo, la frivolidad frente al Norte que se percibe a si mismo como moral y culturalmente superior y valedor de unos valores y principios civilizatorios y universales.

Posteriormente, el binomio civilización-barbarie ha sido sustituido en la actualidad por desarrollado-subdesarrollado y esto es extremadamente poderoso porque desde que en 1949, el presidente Truman utilizó este término, los países y pueblos del Sur se han visto a si mismos como subdesarrollados: es decir, no como lo que son sino como lo que no son, se han definido por negación o carencia respecto al otro. Esto ha supuesto un fabuloso instrumento de poder porque define las aspiraciones, valores y visiones del mundo de los subdesarrollados, antes “incivilizados” y les lleva a aceptar como “orden natural” un orden basado en la dominación y hegemonía.

El Sur se considera como un espacio cultural y políticamente inferior. Se condena lo no blanco, no occidental y no judeocristiano respecto a la esencia occidental aceptable. Por ejemplo, la percepción negativa del mundo árabe está elaborada en el Norte, y forma parte de la identidad occidental y refuerza estereotipos que muestran la imagen del árabe como una persona fanática, sucia o cruel. Incluso se ha llegado a decir, que los pueblos árabes no estaban preparados para la democracia y con ese argumento, durante años los gobiernos occidentales han estado apoyando a regímenes dictatoriales en el norte de África. Esos estereotipos sólo han sido superados con el estallido de la Primavera Árabe que ha mostrado que las aspiraciones de la población en Túnez o en Egipto son muy similares a la de otros pueblos: alcanzar una democracia que garantice el derecho de las personas a la educación o la salud y a participar en el propio proceso político.

Todas estas geografías imaginarias, esta forma de dividir el mundo en el Norte y el Sur, continúan siendo un instrumento de poder, que se mantiene en la historia, la geografía, modernidad y en las visiones que ofrecen los medios de comunicación. Estas imágenes se han ido haciendo cada vez más complejas y sutiles pero están elaboradas sobre los mismo esquemas y se apoyan en los esquemas y estereotipos de antaño. Se atribuye al Sur la tradición, la irracionalidad, la superpoblación, el desorden y el caos, lo que legitima una efectiva relación de dominación, subyugación y exclusión. Se trata de un Sur, presentado

como un espacio inexplorado, salvaje y primitivo, un lugar exótico, o un espacio desvalido, dominando por el fatalismo y las catástrofes naturales.

Como muestran diversas investigaciones y estudios el universo mediático ha perpetuado en varios grados los prejuicios y estereotipos sobre el Sur<sup>53</sup>. Son imágenes deformadas y desconectadas de la realidad, llegando en ocasiones a ser puras construcciones ideológicas, compuestas de percepciones selectivas fundadas en visiones pseudocientíficas o en la cultura popular. Estas imágenes legitiman la exclusión y marginación de estos pueblos del bienestar de Occidente y son utilizadas para defender los intereses de algunos gobiernos occidentales o para reafirmar la identidad europea, o la cultura que ha alcanzado uno de los estadios “más elevados” de civilización, eficiencia económica o progreso tecnológico.

Estos estereotipos se apoyan en el marco caritativo asistencial que hemos definido anteriormente y por lo tanto prescriben conductas basadas en la caridad, la compasión y el asistencialismo.

#### **HACIA LA CONFORMACIÓN DE NUEVOS MARCOS: LA CIUDADANÍA GLOBAL Y COSMOPOLITA**

En los últimos años asistimos a una conformación de una sociedad civil organizada de carácter global que trata de responder a los desafíos globales que enfrenta la humanidad, relacionados con el medio ambiente, la paz, la justicia o la pobreza.

Las organizaciones de la sociedad civil se muestran cada vez más activas en la búsqueda de respuestas a los problemas globales y se han convertido en actores decisivos para los objetivos internacionales de desarrollo humano y sostenible y lucha contra la pobreza y las desigualdades, el cambio climático, las crisis alimentaria, la crisis energética, entre otros. Se trata de una ciudadanía cada vez más consciente de la necesidad de la gestión colectiva de los problemas comunes de carácter global. Esto ha tenido como consecuencia, la inclusión dentro de su agenda de estas cuestiones globales, entendiéndolas no sólo como un derecho, sino también como una responsabilidad que se puede ejercer en los ámbitos local, nacional, regional e internacional. Y todo esto ha contribuido así a conformar progresivamente la noción de ciudadanía global.

---

<sup>53</sup> Consultar los estudios de Teun van Dijk y el Informe Ford sobre racismo y la xenofobia del Parlamento Europeo.

Se trata de “la globalización desde abajo” en palabras de Richard Falk, en el que los movimientos sociales se organizan en torno a una agenda local y global al mismo tiempo. Esta noción implica que cada vez más personas a lo ancho del planeta asumen que comparten un futuro colectivo y adoptan una conciencia planetaria; esto significa estar comprometido con lo local y global al mismo tiempo. Las cuestiones globales se han convertido en parte de las experiencias locales del día a día.

La educación para el desarrollo está cada vez más vinculada a la grandes campañas de incidencia política, o cabildeo sobre temas globales de las ONGD más evolucionadas. Campañas que intentan ir “de la protesta a la propuesta”, planteando cambios realizables a corto plazo. En este ámbito las estrategias de comunicación utilizadas han sido esenciales para lograr llegar a un público cada vez más amplio que se apropia del discurso y lo hace suyo. Además la vinculación creciente de la educación para el desarrollo con las actividades de incidencia han permitido que se realicen alianzas entre las ONG y organizaciones del Norte y el Sur y han permitido elaborar mensajes más complejos, que van a la raíz de los problemas económicos, sociales y políticos que generan pobreza y exclusión. Se rompe así el binomio Norte-Sur, para pasar a ser ciudadanos del mundo, que trabajan por construir estructura mas justas y sostenibles para todos los habitantes del planeta.

Además, el actual contexto de crisis sistémica está obligando a repensar el paradigma sobre el que se sustentaba el desarrollo y a impulsar nueva formas de pensar y analizar los problemas globales y de abordar la creciente desigualdad.

La ciudadanía global es un marco de referencia que debe ser reforzado a partir de la elaboración de imágenes y mensajes que resalten el valor de la solidaridad, dentro de una concepción que convierte a las personas en ciudadanos del mundo, comprometidos con un futuro sostenible y centrado en las necesidades humanas y desde una dimensión local y global al mismo tiempo.



**BIBLIOGRAFÍA**

- Bergstrom, Bo (2009), *Tengo algo en el ojo. Técnicas esenciales de comunicación visual*. Barcelona: Promopress.

- Cropton, Tom (2010), *Common Cause*, Reino Unidos: WWF-UK. Disponible en: [www.wwf.org/uk](http://www.wwf.org/uk)

- Darton, Andrew and Martin Kirk (2011), *Finding Frames: New ways to engage the UK public in global poverty*. BOND for International Development.

- Goffman, Erving (2006), *Frame Analysis: Los marcos de la experiencia*, Madrid: CIS y Siglo XXI.

- Gómez- Galán, Manuel y José Antonio Sanahuja (1999), *El sistema internacional de cooperación al desarrollo. Una aproximación a sus actores e instrumentos*, Madrid, CIDEAL

- Lakoff, George (2007), *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid, Editorial Complutense.

- Le Monde selon les Femmes (2003), *Quand les femmes s'affichent*. Bruselas: Le Monde selon les Femmes.

- Núñez, Antonio (2007), *¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como*

*herramientas de comunicación. Storytelling*. Barcelona: Empresa Activa.

- Regan, Colm (1994), "Non-Governmental Organisations and Development Education: Natural Allies?", *The Development Education Journal* nº 1, junio, pp. 2-5



## “ Ideas para enlazar la comunicación con la Estrategia de Educación para el Desarrollo

Luz Ortega Carpio<sup>54</sup>

En un contexto de globalización como el que vivimos, la Educación para el Desarrollo emerge como un ámbito estratégico de la política de cooperación española. Se trata de sensibilizar, formar y concienciar a la ciudadanía en una orientación concreta que es la de la ciudadanía global.

Por otra parte la Comunicación para el Desarrollo promueve de forma complementaria y coincidente el mismo fin. Así, tomando una definición dada por la FAO podemos definir la Comunicación para el Desarrollo como:

"...la utilización de manera planeada y organizada de las técnicas y medios de comunicación (mediáticos y no mediáticos) para promover el desarrollo, a través de un cambio de actitud y/o de comportamiento, difundiendo la información necesaria y suscitando la participación activa y consciente de todos los protagonistas, incluidos beneficiarios del proceso".<sup>55</sup>

Unidos por el fin, el proceso transformador capaz de promover el desarrollo la Educación para el Desarrollo y la Comunicación para el Desarrollo han estado tradicionalmente separadas.

Esta separación se produce cuando en vez de centrarnos en el objetivo dedicamos nuestros esfuerzos en discutir los pro y los contra de los instrumentos: la escuela o los

---

<sup>54</sup> Directora del grupo de estudios para el Desarrollo en la Universidad Loyola Andalucía.

<sup>55</sup> Del Río Sánchez, Olga (16-12-2008). "Planificación estratégica de la comunicación en los programas de Desarrollo. Una propuesta de incorporación a la Matriz de Marco Lógico", FISEC-Estrategias - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, (URL del Documento: <http://www.cienciaried.com.ar/ra/doc.php?n=436> consulta realizada el 29/01/2009).

medios de comunicación, corremos así el riesgo de olvidarnos del fin, generación de ciudadanía constructora del desarrollo. En este seminario hemos caído en este error, se ha debatido mucho sobre los medios de comunicación y poco de los comunicadores.

Mi intervención no quiere poner el énfasis en el medio sino en los actores, comunicadores y educadores, creo que es el punto de partida para ver desde la Estrategia de Educación para el Desarrollo aspectos que permitan enlazar la Comunicación para el Desarrollo con la Estrategia de ED. Trataré de establecer cómo pueden ambos ámbitos apoyarse y fortalecerse.

#### **I. UNA CIUDADANÍA GLOBAL CORRESPONSABLE EN LA LUCHA CONTRA LA POBREZA Y LA EXCLUSIÓN**

El III Plan Director de la Cooperación Española apuesta por una Educación para el Desarrollo, bajo el enfoque de la ciudadanía global, concebida como:

“Proceso educativo (formal, no formal e informal) constante encaminado, a través de conocimientos, actitudes y valores, a promover una ciudadanía global generadora de una cultura de la solidaridad comprometida en la lucha contra la pobreza y la exclusión así como con la promoción del desarrollo humano y sostenible” (DGPOLDE, 2009).

Este planteamiento trata de:

- Facilitar una comprensión crítica del modelo de globalización que permita reafirmar el vínculo entre el desarrollo, la justicia y la equidad; que promueva una conciencia de ciudadanía global ligada al tema de la corresponsabilidad y orientada a la implicación y a la acción local y global.
- Concienciar a la sociedad en que la erradicación de la pobreza y la exclusión así como el compromiso por la promoción de del desarrollo de los pueblos exige un cambio en las políticas y los modelos de desarrollo del llamado primer mundo, lo que sólo es posible si se implica a toda la ciudadanía y de esta manera,
- Favorecer que la ciudadanía pueda responder a los retos del proceso de globalización en coherencia con el enfoque de los derechos humanos, de la promoción de las capacidades humanas y la ayuda inclusiva.

Esta orientación busca contribuir a la toma de conciencia sobre la corresponsabilidad del conjunto de la ciudadanía mundial en la erradicación de la pobreza y la consecución de un desarrollo humano y sostenible y para ello es necesario la información, formación y la promoción del compromiso ciudadano en la construcción de una sociedad global y comprometida de una forma continuada.

Estos objetivos entroncan con la Comunicación para el Desarrollo (CD) en la medida en que la CD contribuye, mediante la difusión de valores e informaciones a que aprendamos a relacionarnos de forma más coherente con el mundo y el resto de la ciudadanía mundial.

La lucha contra la pobreza se transforma así no en un gesto solidario sino en un imperativo ético y moral. La información y el conocimiento de la realidad del Sur a través de la comunicación transforman nuestro modo de ser. Nos educa.

## II. CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA GLOBAL EN LOS ESPACIOS FORMALES, NO FORMALES E INFORMALES.

La ED acontece en tres espacios claramente diferenciados:

**Educación formal:** Proceso educativo desarrollado en instituciones educativas que han sido reconocidas oficialmente para impartir el currículo regulado por la Administración educativa, y que da acceso a titulaciones o certificaciones oficiales reconocidas y homologadas.

**Educación no formal.** Proceso educativo específicamente diseñado en función de objetivos explícitos de formación o de instrucción. No están directamente dirigidos a la provisión de los grados propios del sistema educativo reglado (CONGDE, 2004:22). Aunque se trate de una ED no institucionalizada, está organizada, estructurada y diseñada para grupos objetivos identificables.

**Educación informal.** Esta se produce fuera del marco de la educación formal y la educación no formal, como hecho social no determinado de manera intencional. Es un proceso de aprendizaje continuo y espontáneo que duplica el campo de acción de los ámbitos formal y no formal. La educación informal, a diferencia de las anteriores, no se realiza desde una clave pedagógica, pero educa; los aprendizajes están determinados por situaciones cotidianas del contacto social, que en su mayoría no son organizados o administrados por una estrategia educativa determinada: son experiencias que se dan en espacios distintos a aquellos en los que se produce la educación habitual. Dentro de este

ámbito se recogen todas las actividades realizadas a través de los medios masivos de comunicación (internet, prensa, radio, TV).

La Comunicación para el Desarrollo pone el énfasis en la difusión de información para suscitar la participación activa de todos los protagonistas, incluidos beneficiarios, en el proceso de desarrollo. Podemos considerar, de manera equivocada a mi juicio, que la CD tiene su ámbito natural en los espacios informales, pero también nutre de medios e instrumentos de una enorme calidad y fuerza (cortometrajes, programas de radio, artículos de opinión en prensa) a los actores que desarrollan acciones en los espacios formales y no formales para la acción de transformación de actitudes y difusión de conocimiento. Estos instrumentos son utilizados por el educador en su tarea transformadora pero requiere de un buen material de partida. Igualmente si el comunicador no es consciente del impacto que más allá del instrumento en sí podrá tener se desperdiciará buena parte del efecto. No habrá comunicación para el desarrollo si no se educa, no habrá educación para el desarrollo sino comunicamos. En definitiva tanto en un caso como en otro si no transformamos.

Así en la AECID la producción de material audiovisual tiene que ir acompañada de un plan de utilización en los espacios formales y no formales.

### **III. CONTENIDOS DE LA EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO BAJO LA PERSPECTIVA DE UNA CIUDADANÍA GLOBAL**

Se considera prioritario luchar contra la pobreza, pero cuando a la ciudadanía se le pregunta qué. No sabe responder. El último barómetro de opinión (barómetro de opinión).

Es necesario dotar de contenido el discurso y de orientación. La Estrategia de ED nos da contenidos y orientación clave.

Los medios de comunicación contribuyen a la tarea de Educación para el Desarrollo en el ámbito de la sensibilización cuando informan de manera puntual y adecuada, y evitan actuaciones negativas: no incurriendo en mensajes simples, engañosos, catastrofistas, etc. y corrigiendo malas prácticas; en incidencia política: creando opinión; en investigación: mediante la realización de programas especiales; en la dimensión de educación= formación (formal y no formal), las acciones realizadas a través de estos soportes pueden complementar la acción llevada a cabo por la educación formal y no formal, a través de

actividades diseñadas, pensadas y por tanto programadas en una estrategia de medio y largo plazo que tenga como objetivo ayudar a comprender los problemas y sus orígenes, en lugar de limitarse a dar cuenta de un problema concreto en un momento determinado.

#### **IV. EL DESARROLLO COMO UN IMPERATIVO ÉTICO EN LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.**

El desarrollo supone conocimiento pero también principios: solidaridad, justicia, equidad. Estos principios deben impregnar nuestro discurso, nuestra manera de hacer. Realización de un código ético de comunicación.

La experiencia de la ED puso límites a los mensajes e imágenes a propósito del Tercer Mundo. Este esfuerzo que se ha realizado por parte de las ONGD es necesario por el conjunto de actores. Qué tipo de imágenes y mensajes podemos y debemos transmitir.

La existencia del Código de Conducta en la ED y en las ONGD permitió hacer de la ED un proceso educativo y evitó que se asumieran planteamientos asistenciales. Por el contra, el Código Ético no impregnó al conjunto de la organización e hizo que la relación con socios /donantes quedara dentro del ámbito de la Comunicación con el único objetivo de la rendición de cuentas que permitiera una fidelización de socios y un aumento de la financiación. Esta dicotomía ha generado el incumplimiento y/o desconocimiento de los departamentos de comunicación de los principios recogidos en el código ético.

La comunicación en desarrollo en muchos actores ha estado ligada a la recaudación de fondos. Esto ha dado lugar a que desde la ED se favorezca la concientización hacia una ciudadanía global pero, los mensajes lanzados por el departamento de comunicación con otro fin favorecen el desarrollo de un imaginario de lo que en la práctica es el desarrollo. Una institución que comunica sobre temáticas como salud, educación, cobertura de los servicios sociales básicos deberá, para favorecer una ciudadanía global promover espacios de participación de la ciudadanía más allá de la recogida de materiales, envío de medicamentos, o recaudación de fondos bajo formas de apadrinamiento y por

#### **V. LA ED / COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO NECESITA UN BUEN DIAGNÓSTICO DEL PÚBLICO (LLÁMESE META, DIANA, OBJETIVO) PARA TENER ÉXITO EN SU TAREA**

El público objetivo de la ED y por lo tanto del proceso educativo (formal, no formal e informal) en términos generales es la sociedad española siendo los ámbitos de: sensibilización, formación-educación, movilización social e investigación aquellos en los que acontece este proceso de transformación. Es clave por lo tanto en este proceso determinar con la mayor precisión posible: quién es objeto de cada una de nuestras acciones transformadoras y cómo llegar hasta él. Para ello es necesario determinar cuáles son sus intereses, necesidades, poder y capacidad de intervención, qué carencias, fortalezas, potencialidades y debilidades plantea ante el proceso transformador y cómo podrá implicarse en el mismo.

La Comunicación para el Desarrollo pone su énfasis en el mensaje transformador pero, al igual que la ED, si no tiene claro quién es el receptor de este mensaje y adecua los mensajes a éste público difícilmente logrará impactar.

III Plan Director de la Cooperación Española y que tiene su base en la Estrategia de Educación para el Desarrollo y de acuerdo a las recomendaciones establecidas en el *Consenso Europeo sobre desarrollo en materia de sensibilización y educación para el desarrollo* promoverá este ámbito estratégico a través de los espacios formales, no formales e informales. En todos ellos, promoverá la participación, coordinación y complementariedad de los agentes de la sociedad: ONGD, nuevos movimientos sociales, Universidades, empresas de economía social, medios de comunicación, plataformas y redes internacionales, incluyendo redes de autoridades locales, que promuevan una ciudadanía global, e incorporará en sus iniciativas a representantes de estas instituciones y movimientos; especialmente en el ámbito formal promoverá la coordinación y complementariedad, en el espacio de sus competencias, del conjunto de la Administración General del Estado.

## VI. ¿QUIÉNES SOMOS?

Comunicadores para el Desarrollo. En el diseño de políticas públicas de comunicación para el desarrollo es necesario que existan espacios formales de intercambio y reflexión pues esto favorece la construcción de una identidad colectiva. Más allá de los resultados tangibles y de carácter práctico y/o funcional la constitución de estos espacios formales refuerza el sentido de pertenencia mayor como actores clave en el proceso de transformación de la sociedad y ahonda en el sentido del desarrollo como proceso.



## **VII. LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO PASA POR HABILITAR ESPACIOS DE REFLEXIÓN PLURALES EN UN CLIMA DE RESPETO Y CONFIANZA**

Los talleres programados para la elaboración de la Estrategia de ED y también para el PD cuando se programaron intentaban dar respuesta inicialmente a una necesidad manifestada por la sociedad civil. Ahora bien, los espacios físicos se pueden habilitar pero esto no garantiza que los actores lo utilicen. No basta con tener uno o dos talleres para que los participantes pasen de sentirse sujetos pasivos o instrumentos a ser actores del mismo y para ello es necesario utilizar una metodología que facilite la generación de un entorno actitudinal capaz de optimizar ese espacio. Crear este espacio era premisa para construir, con un mínimo de futuro, cualquier actuación de colaboración.

La Estrategia de ED tuvo desde que se inició su diseño hasta el momento en que se terminó el documento una línea abierta de colaboración con los actores que posteriormente pondrían en marcha el documento.

En el caso del Plan Director el proceso de elaboración incluyó entrevistas y reuniones bilaterales y talleres multiactor. En los talleres hubo confrontación y diálogo pero también ha habido toda una dinámica de construcción conjunta. Participaron más de 400 personas en los talleres y se realizaron 250 aportaciones por escrito al primer borrador y 70 al segundo. Y este proceso no ha terminado....

El Plan Director en el caso de la ED, plantea el constituir un grupo de trabajo con el conjunto de agentes de la ED. Este grupo velará por la coherencia de las actuaciones del conjunto de administraciones públicas que están encaminadas a favorecer el conocimiento sobre las interrelaciones económicas, políticas, sociales y culturales fruto del proceso de globalización en sus tres dimensiones (conceptual, procedimental y actitudinal) y a promover entre la ciudadanía actitudes favorables al desarrollo. ¿Quiénes son los actores clave (que no únicos) que deben participar de este grupo? ONGD, medios de comunicación, Universidad y el conjunto de las Administraciones Públicas.

## **VIII. LA COLABORACIÓN MULTIACTOR SUPONE UN CAMBIO DE PARADIGMA FRUTO DEL ENFOQUE ORIENTADO AL PROCESO**

El proceso de elaboración de la Estrategia de ED permitió iniciar un proceso de construcción de identidad colectiva con un grupo clave de actores de la cooperación española para la Educación para el Desarrollo: las personas que constituían el grupo de ED de la CONGDE, las

que trabajaban en el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte en el campo de la cooperación Internacional y las que, desde la AECID, eran responsables de la Comunicación y Educación para el Desarrollo.

Igualmente en el marco del proceso de elaboración del Plan Director tuvo lugar un taller sobre Educación para el Desarrollo al que fueron invitadas: ONGD, Universidades, medios de comunicación el visualizar es el primer paso para tomar conciencia de que el proceso de ED es un proceso multiactor. Donde cada uno tiene un rol y donde necesariamente hay que buscar espacios de colaboración y complementariedad. Esta colaboración multiactor será posible en la medida en que se de por parte del conjunto de actores una actitud que permita la colaboración, que seamos capaces de dejar de dictar lo que “otros” deben hacer y entremos de forma conjunta a trabajar en la construcción de una sociedad civil (aquí y allí) comprometida con el desarrollo, delimitando aquellos espacios que a cada uno le son propios, espacios donde cada actor reconoce y se reconoce en sus fortalezas pero sin limitar el intercambio y el enriquecimiento que supone la colaboración multiactor.

#### **IX. ESTOS ESPACIOS TAMBIÉN HAN DE FACILITAR LA CONSTRUCCIÓN CONJUNTA DE IDENTIDAD.**

Ser lugares donde la reflexión introspectiva permita rescatar, debatir y apropiar a los actores los valores que deben impregnar sus acciones y los mensajes clave que transmitir, cómo hacerlo y cómo llegar a los públicos objetivo de cada actor. Estos espacios formales permitirán incorporar debates acaecidos en ámbitos informales sobre la coherencia de las acciones, generar el hábito de reflexión introspectiva y de socialización, facilitará el análisis de la realidad y fomentará acciones encaminadas al desarrollo como proceso.

#### **X. LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TIENE UN PAPEL CLAVE COMO INTERLOCUTOR, DINAMIZADOR Y PROMOVEDOR DE ESPACIOS DE ENCUENTRO MULTIACTOR**

Si queremos avanzar hacia una educación/comunicación para el desarrollo es necesario que existan responsables públicos. Responsables que dinamicen y coordinen al conjunto de actores, que generen espacios de encuentro donde el conjunto de actores puedan contrastar sus estrategias e igualmente necesitan conocer a los que desde otras perspectivas están trabajando con un mismo fin. Las ONGD son reacias a compartir buenas prácticas en ED y sin

embargo hay que posibilitar estos espacios. Hay campo y espacio para todos los actores, no hay que tener miedo a la pérdida de identidad.

Clave la comunicación desde la clave del desarrollo más allá de la rendición de cuentas que en algunos actores es confundida con la publicidad y para ello es necesario que el conjunto de actores de la cooperación valore el papel clave de la comunicación.

La Educación verdadera es, como señalaba Paulo Freire, praxis, reflexión y acción del hombre (y la mujer) sobre el mundo para transformarlo, confío en que seamos capaces de promoverla.

## BIBLIOGRAFÍA

-Argibay, M; Celorio, G, Celorio J (2009) **Educación para la Ciudadanía Global. Debates y Desafíos.** HEGOA, Vitoria Gasteiz. (En

[http://pdf2.hegoa.efaber.net/entry/content/441/investigacion\\_def.pdf](http://pdf2.hegoa.efaber.net/entry/content/441/investigacion_def.pdf), consulta realizada el 22/04/2009).

-Comisión Europea (2007) *Consenso Europeo sobre el Desarrollo, Contribución de la Educación y la Sensibilización al Desarrollo.*

([http://ec.europa.eu/development/icenter/repository/PUBLICATION\\_CONSENSUS\\_ES-067-00-00.pdf](http://ec.europa.eu/development/icenter/repository/PUBLICATION_CONSENSUS_ES-067-00-00.pdf), consulta realizada el 22/04/2009).

-CONGDE (2005) *La Educación para el Desarrollo una estrategia de cooperación imprescindible*, Madrid. (En [http://autonomicas.congde.org/documentos/54\\_1.pdf](http://autonomicas.congde.org/documentos/54_1.pdf), Consulta realizada el 22/04/2009).

-FREIRE, P (1972) **La educación como práctica de la libertad**, Siglo XXI, Argentina.

-Ortega, M.L. (2007) *Diez años en permanente evolución: de la Educación para el Desarrollo humano y sostenible... a la educación para la ciudadanía global* en Celorio, G y Munain, A, (coord.) **Actas del III Congreso de Educación para el Desarrollo**, HEGOA, Vitoria – Gasteiz (pág. 71-84) (en <http://pdf2.hegoa.efaber.net/entry/content/226/actasdef.pdf> Consulta realizada el 22/04/2009)

----- (2008) **Estrategia de Educación para el Desarrollo de la Cooperación Española**, DGPOLDE-SECI, Madrid. (En

[www.aecid.es/export/sites/default/web/galerias/programas/Vita/descargas/estrategia\\_educacion\\_desarr.pdf](http://www.aecid.es/export/sites/default/web/galerias/programas/Vita/descargas/estrategia_educacion_desarr.pdf), Consulta realizada el 22/04/2009).

-SECI-DGPOLDE (2009) **III Plan Director de la Cooperación Española**

([www.aecid.es/export/sites/default/web/galerias/noticias/descargas/2009\\_03/III\\_Plan\\_Director\\_2009\\_2012\\_CUERPO.pdf](http://www.aecid.es/export/sites/default/web/galerias/noticias/descargas/2009_03/III_Plan_Director_2009_2012_CUERPO.pdf), Consulta realizada el 22/04/2009).

## TERCERA PARTE

# *Claves para las políticas de comunicación en la cooperación internacional*

## “Cinco creencias discutibles sobre ciudadanía y desarrollo

*Manuel de la Iglesia-Caruncho<sup>56</sup>*

### EN EUROPA LA CIUDADANÍA ES SOLIDARIA

Al menos eso dicen las encuestas, ¿no? Por ejemplo, el barómetro de la Fundación Carolina (2010) recoge que el 67% de los ciudadanos considera que se debe cooperar con los países más pobres (aunque se nota la crisis económica pues, en 2005, ese porcentaje se elevaba hasta el 84%).

Claro que parece difícil que alguien responda negativamente a una pregunta como esa. Es como si te preguntasen: ¿te parece bien que el gobierno haga algo para reducir la pobreza en el mundo? Habría que ser desalmado para responder que no. Sin embargo, si miramos más de cerca lo que nos dicen las respuestas a otras preguntas, la perspectiva cambia. Tengo tres datos para esta afirmación. No son suficiente evidencia, pero bien ilustran que no podemos concluir que “en Europa la ciudadanía es solidaria” sin profundizar más en lo que realmente piensa la ciudadanía europea.

- (a) En el Reino Unido se preguntó a cuatro mil personas, que forman parte de un panel al que se le pregunta periódicamente, sobre los cambios que había que introducir en el presupuesto en una época como la actual, de vacas flacas. La pregunta estaba hecha de manera que si alguien consideraba que había que aumentar el presupuesto en algún rubro tenía que proponer un recorte en otro. El resultado fue que la mayoría se pronunció por incrementar el presupuesto rubros como la salud y educación y por reducirlo en otros. *Y el que debía sufrir mayores recortes para compensar esos aumentos, era la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD). Más del 60%* de la población encuestada consideraba que había que **introducir recortes en la AOD** para dar prioridad a los asuntos domésticos (Fuente: Spencer Henson y Johana Lindstrom: conferencia en el Instituto de Estudios de Desarrollo de la Universidad de Sussex el 29.7.11 sobre “Mainteining aid. The challenges posed by public attitudes”). Es una cifra consistente con esta otra: el porcentaje de población que se considera muy

<sup>56</sup> Coordinador General de la Agencia de Cooperación en Uruguay

preocupado por la pobreza en el Reino Unido está entre el 20% (en 2009) y el 30% (en 2006).

Matices: Según resultados del panel en 2010: a finales de 2010 era **el 71% de los encuestados los que decían que había que recortar la AOD en época de crisis**. Pero cuando se les pregunta si en el largo plazo la AOD debía ser recortada, sólo el 50% dijo que sí.

- (b) En Holanda se realizó una encuesta parecida. *La AOD fue el tercer rubro más votado entre los nueve que se ofrecían para sufrir recortes* (Fuente: Intervención de Bram Van Ojik, director del departamento de desarrollo social del Ministerio de Asuntos Exteriores de Holanda, en el seminario de celebración del 25 aniversario del ECDPM en julio de 2011).
- (c) En España, el 70% de los encuestados en el barómetro mostraba su acuerdo con la siguiente afirmación: “El Estado debe garantizar primero el bienestar de los españoles y después el de otros países”. Otra cifra: *el 62% de los españoles que decían conocer recortes en la cuantía de AOD en 2010 lo vieron bien*, mientras sólo el 20% se mostró en contra. Es cierto que el 60% dice estar de acuerdo con el objetivo del 0.7%, pero, de acuerdo a las respuestas mencionadas, se podría pensar que es que eso es así “siempre que hayamos resuelto antes nuestros problemas”.

En conclusión, hay alguna evidencia para creer que *no más del 30% de la ciudadanía está verdaderamente comprometido con el objetivo del desarrollo*, esto es, que quiere compartir su bienestar aunque tenga un coste para ella. Cifra consistente con el porcentaje que, en nuestro país, colabora establemente con alguna ONGD (9%) y que compra productos de comercio justo (15%). En total, en torno al 25% -suponiendo que no se superponga una cifra con la otra-. Ello no obsta para que, ante desastres, como terremotos o maremotos, y de forma puntual, otro 30% de la población realice algún tipo de donación o aporte.

Por tanto el panorama podría describirse así: un 30% de la población es consciente de los problemas de los países en desarrollo y está dispuesta a sacrificarse en parte para resolverlos, otro 30% es solidario sólo ante desastres y el 40% restante está preocupado sólo por lo suyo. Por tanto, ni la ciudadanía es tan generosa como nos gustaría ni los gobiernos actúan en consecuencia –o mejor dicho, actúan en consecuencia introduciendo recortes en la AOD cuando hay crisis- ni, por consiguiente, se alcanzará el objetivo del 0,7% en 2015 en España ni

en otros países europeos, a pesar del compromiso adquirido en la Unión Europea -aunque media docena de países, incluyendo los nórdicos, si cumplirán con él-.

#### EN EUROPA, LA CIUDADANÍA ESTÁ INFORMADA

Entre tres asuntos importantes, la ciudadanía está bien informada en dos de ellos, pero no en el tercero. Lo está sobre las “consecuencias” del subdesarrollo, como la pobreza o la inmigración. Lo está también sobre las “causas” internas o domésticas en los países en desarrollo, como los conflictos y las guerras, las inequidades o la corrupción. Pero creo que tiene muy poco conocimiento sobre las “causas” externas. Me refiero a asuntos que afectan al desarrollo sobre la “coherencia de políticas”:

1. La cuantía y la calidad de la AOD, porque puede dotar a los países en desarrollo de recursos económicos o de conocimientos y tecnologías que poseen de forma limitada.

2. Los acuerdos comerciales, pues pueden facilitar (o dificultar) la entrada de productos de los países en desarrollo a los mercados de los países desarrollados, lo que les permite ampliar su tejido productivo y generar divisas.

3. El tratamiento a la deuda externa, porque el pago del servicio de la deuda reduce la inversión interior o doméstica en el proceso de desarrollo.

4. La Política Agrícola, ya que las subvenciones a la producción agrícola suponen una competencia desleal hacia la de los países en desarrollo dificultándoles sus exportaciones a los mercados del Norte y a terceros mercados.

5. Los derechos de propiedad intelectual y las patentes, pues pueden facilitar o dificultar el acceso a la tecnología. También el acceso a la salud, como es el caso de las trabas que muchas veces encuentra la fabricación de productos genéricos.

6. La Inversión Extranjera Directa (IED), puesto que el comportamiento empresarial responsable –la Responsabilidad Social Corporativa- tiene efectos muy diferentes a los de los comportamientos depredadores (una iniciativa ejemplar es la “Iniciativa Transparencia en la Industria Extractiva”. Su objetivo: “Publiquen lo que pagan y publiquen lo que ganan”, [www.publishwhatyoupay.org/en](http://www.publishwhatyoupay.org/en)).

7. Las políticas migratorias, debido a que pueden buscar un reparto equitativo de los beneficios de la emigración entre el país receptor y el emisor o bien promover en la práctica la explotación de mano de obra barata y la *fuga de cerebros*.

8. Las prácticas y acuerdos pesqueros, ya que pueden llevar a cabo una explotación sostenible y compartir beneficios con el país socio o por el contrario, esquilmar sus recursos.

9. Las políticas medioambientales, pues las emisiones de gases de efecto invernadero afectan en mayor medida a los países con menores posibilidades de adaptación al cambio climático. Cabe recordar que 2010 fue el año más cálido desde que se tienen registros y que en ese año las sequías e inundaciones registradas han provocado la caída de la producción de algunos alimentos –precipitando, junto a otros factores, aumentos en los precios).

10. El apoyo a las fuerzas de paz bajo el mandato de NNUU y la prevención de conflictos –también el trato a refugiados-, cumpliendo así un papel responsable en la comunidad internacional al trabajar por la paz o, al contrario, desentenderse de esas tareas. El mayor enemigo del desarrollo es la guerra.

#### **LA COMBINACIÓN “DEMOCRACIA + CRECIMIENTO (EL MODELO OCCIDENTAL) GARANTIZA EL DESARROLLO HUMANO**

Un artículo reciente del Nobel Amartya Sen en *Claves de Razón Práctica* deja muy claro este asunto: la combinación de democracia y crecimiento no garantiza necesariamente el desarrollo humano. Sen utilizó el ejemplo de la India, un país libre y con tasas elevadas de crecimiento, donde el desarrollo social es lento porque no forma parte de la agenda política. Compara ese caso con el de China, también con altas tasas de crecimiento, donde no hay libertad pero donde el desarrollo humano están en la agenda política –de hecho el crecimiento y el desarrollo social es la fuente de legitimidad que blande el gobierno chino contra sus detractores-. Sen encuentra que los indicadores sociales de China aventajan con claridad a los de India.

Se podría afirmar que las tres variables, libertad política, crecimiento económico y desarrollo social, aunque guardan algunas relaciones entre ellas, también muestran cierta independencia. El crecimiento económico depende sobre todo de que haya un clima favorable al desarrollo económico, y no de la democracia (al caso chino y asiático en general, podríamos añadir el de la España de Franco a partir de 1959); el desarrollo humano depende de que las



cuestiones sociales lleguen a ser cuestiones políticas de las que el gobierno se ocupe. Y la libertad política puede coexistir con niveles bajos de crecimiento y de desarrollo humano.

Se podría elaborar una tabla de doble entrada con distintos grupos de países, en los que me he permitido poner algún nombre a título ilustrativo.

		Crecimiento económico			
		Si		No	
		Con desarrollo humano	Sin o con escaso desarrollo humano	Con desarrollo humano	Sin desarrollo humano
Libertad política	Si	Brasil	India		
	No	China Vietnam	Guinea Ecuatorial	Cuba	Corea del Norte

Fuente: elaboración propia.

En conclusión, la sociedad civil (no sólo en los países en desarrollo) tiene que luchar por la libertad y los derechos humanos como un fin en sí mismo, no porque promuevan el desarrollo económico. Y además, tiene que luchar por políticas que promuevan el desarrollo humano sostenible, es decir, un crecimiento inclusivo y cuidadoso con el medio ambiente. Y los sistemas de cooperación internacional deben colaborar en la consecución de los tres objetivos.

**EN LA POLÍTICA DE COOPERACIÓN, PRIMAN LOS VALORES**

La creencia aquí es que, a diferencia de países como China, Japón o EEUU, que realizan una cooperación internacional de acuerdo a sus intereses –políticos, comerciales, diplomáticos, geoestratégicos...- Europa se guía en su política de cooperación por valores, como la

promoción de los derechos humanos, la igualdad, la responsabilidad social corporativa, o la calidad medioambiental.

En mi opinión, es indiscutible que Europa tiene valores: la igualdad de género, cierta redistribución de la renta, la calidad medioambiental... ¿quién se atrevería a negarlo? Pero, siendo importantes esos valores “hacia dentro”, son poco determinantes en su política exterior y de cooperación “hacia afuera”, más allá de la retórica.

La retórica es excelente. Cualquier escrito elegido al azar en la web de la Comisión Europea nos hablará de que “la UE es cada vez más activa en la prevención de conflictos y la construcción de la paz”; “que apoya a Naciones Unidas y a la Unión Africana en la restauración de la paz”; “que está comprometida con el sistema multilateral y su reforma”; “que está comprometida con las negociaciones sobre comercio internacional en Doha y en la Convención sobre el Cambio Climático y en la Convención de la Diversidad Biológica...

Sin embargo, en la realidad, también cuentan de manera clara “nuestros intereses”, como la libertad de comercio que tan bien ejemplifican los Economic Partnership Agreements (EPAs) que poco han convencido a la mayoría de los países ACP y que los consideran una imposición; el aseguramiento del suministro de materias primas desde los países en desarrollo; la seguridad; el apoyo a los gobiernos que permiten ventajas a nuestros operadores económicos (¿no era un buen ejemplo de ello el Egipto de Mubarak?) la contención de la inmigración...

Realmente, ¿podemos dar lecciones contundentes a países como China o Brasil, que son muy claros cuando afirman que su cooperación la realizan buscando el beneficio mutuo? ¿No sería mejor reconocer y explicitar nuestros intereses? ¿No sería mejor que la ciudadanía los conociera con claridad, que supiera que la cooperación se hace en buena parte en beneficio propio y pudiera convencerse así de que no es sólo por altruismo, sino sobre todo por egoísmo propio por lo que existe la AOD?

#### **LOS PAÍSES RICOS “AYUDAN” A LOS PAÍSES EN DESARROLLO**

Pues sí, es necesario y conveniente clarificar y explicar por qué y para qué existen las políticas de desarrollo, para que la ciudadanía deje de verlo como ayuda, como asistencia, como altruismo, cuando no lo es o, al menos, cuando en muchas ocasiones no lo es.

Se podría distinguir entre:

- (a) *El interés común*, un interés a largo plazo que beneficia a todos los países, relacionado con los llamados *bienes públicos globales*, cuya provisión nos interesa a todos. El calentamiento global, las pandemias, las crisis económicas, no distinguen fronteras. La provisión de bienes públicos mundiales como la salud, la calidad medioambiental y la estabilidad financiera y económica beneficia a todos y por eso hay que invertir en ellos. Nada de altruismo, se trata de interés común y compartido.
- (b) *El interés propio*. Europa tiene intereses. El control de la inmigración, la seguridad, el acceso a materias primas, la protección de las inversiones de las empresas europeas... Invertir en cooperación deriva en muchas ocasiones de esos intereses. De nuevo, nada de altruismo. En este caso, interés propio puro y duro. Que la ciudadanía lo sepa.
- (c) *El cumplimiento de acuerdos internacionales sobre el derecho al desarrollo, la reducción de la pobreza y el respeto a la dignidad humana*. Tampoco hay que considerar ese cumplimiento como altruismo o caridad, sino que se trata de la responsabilidad que tienen los países desarrollados por el hecho de serlo. Los que no están a la altura de esas responsabilidades, es que se están aprovechando del esfuerzo de otros países que las cumplen. Es como el “aprovechado” que evade impuestos sabiendo que otros pagarán los suyos y que así disfrutará él de las carreteras, semáforos o del sistema de salud, gratuitamente sin que le cueste nada.

## CONCLUSIONES

Hay que promover la libertad política, el crecimiento y el desarrollo humano sostenible, en conjunto. No sólo por solidaridad con los que menos tienen, sino también por los intereses propios, los comunes y por responsabilidad internacional. Pero las fuerzas no son tantas como creemos. Tal vez no más del 30% de la ciudadanía está convencida de ello y preocupada por el desarrollo. A ella corresponde lograr una Europa más humilde, menos prepotente, clarificar su juego de intereses, ponerlos negro sobre blanco, explicárselo a la ciudadanía... y seguir luchando por los valores.

Otra conclusión: Cuánto más se demuestre que la cooperación internacional funciona y tiene frutos, más apoyo tendrá de la ciudadanía. Esto supone, transparencia, rendición de cuentas y trabajar para obtener resultados. Se conocen y se explican los proyectos que han fracasado, pero se divulgan mucho menos los que han sido exitosos. Y si lo pueden divulgar los beneficiarios de la AOD, mucho mejor y más creíble.

## Comunicación e Incidencia para el cambio de políticas públicas.

### El caso de las políticas de cooperación al desarrollo

Corina Mora Torrero<sup>57</sup>

No es sencillo hablar de los espacios de incidencia para el cambio de políticas públicas, en concreto de la cooperación al desarrollo, cuando en estos momentos estamos en la peor situación, en cuanto a los fondos destinados por el gobierno a la Ayuda Oficial al Desarrollo<sup>58</sup> y en cuanto al discurso sobre la pertinencia o no de dicha política de cooperación internacional. Realizar un análisis de los trabajos de comunicación e incidencia política que se han desarrollado desde las ONGD en los últimos tiempos para lograr cambios inequívocos en la marcha de las políticas públicas orientadas al desarrollo nos lleva sin duda a una reflexión no muy cómoda, desde la que comprobar lo aparentemente inútiles que se han revelado las acciones realizadas a la luz de los hechos recientes, donde el sistema de cooperación ha sido la primera de las víctimas de los recortes, muy por encima de la realidad de un ajuste, más bien reflejando la escasa relevancia de esta política para el gobierno actual y su poco coste a nivel electoral. Por encima de cualquier otra partida presupuestaria, la cooperación ha visto reducido su monto en más del 70% llevándonos a cifras de AOD anteriores al año 90.

Pero esto no nos puede hacer caer en el desaliento, más bien tiene que servir para darnos cuenta de dónde han estado los errores y cuáles pueden ser las soluciones que nos sitúen otra vez en el espacio de la discusión, que nos dé fuerza y apoyo social y capacidad de incidencia para reconstruir un estado de bienestar que contemple el desarrollo como un todo global e interdependiente entre “Nortes” y “Sures”. Probablemente en esta distinción ha radicado gran parte del problema; cuando nos sentíamos “norte” entendíamos la cooperación, al menos como una correlación de ayudas, ahora que le vamos viendo la cara al “sur” y asistimos al recorte de los derechos de ciudadanía que considerábamos alcanzados e

<sup>57</sup> Consultora en temas de comunicación y desarrollo. Especialista en Información Internacional y Países del Sur.

\*\*Agradezco a Pablo Martínez Osés su valiosa contribución a este artículo. Varias de las ideas compartidas están basadas en sus apuntes/notas sobre el tema. Los errores u omisiones son responsabilidad de la autora.

<sup>58</sup> AOD España 2012: 0'15% RNB (publicado por el CAD- OCDE abril 2013)

intocables sentimos que la pobreza está más cerca de lo que creíamos y que *el desarrollo* no es un estado conseguido a perpetuidad y con independencia de lo que ocurra en el resto del planeta.

Para iniciar esta reflexión lo primero que debemos cuestionarnos desde las organizaciones sociales que trabajamos en desarrollo es ¿para qué comunicamos? Es importante que le demos un objetivo claro a nuestra comunicación, que nos situemos en un punto de partida y miremos desde ahí ¿dónde queremos incidir?

Es innegable que no existe una comunicación homogénea dentro del sector de las ONGD, como no es homogénea la forma en que cada entidad se plantea la lucha contra la pobreza. Todas coincidimos en la necesidad de acabar con la pobreza y alcanzar unos niveles de vida dignos para todas las personas de la tierra, pero la forma en que queremos alcanzar estos objetivos difiere mucho, incluso el punto de mira donde consideramos que nacen las causas de la desigualdad y la exclusión depende de la identidad de cada ONGD. Y en base a los principios de las diferentes organizaciones, así se diseñará su estrategia de comunicación y su propuesta de incidencia política, si la considera oportuna.

En cada momento histórico quienes ostentan el poder político, económico y mediático construyen un discurso que se repite y vertebra sus acciones hasta convertirse en la “verdad”, lo que nadie duda, lo que es, el sistema inamovible, así es cómo funcionan las cosas. Cabe preguntarse cuál es entonces el papel de la comunicación desde las organizaciones sociales. Podemos reproducir el discurso imperante, asumir las verdades políticas que nos plantean y por tanto legitimar las actuaciones del sistema de poder existente y ayudar a su mantenimiento. O también podemos des-legitimarlo, cambiar las pautas y buscar la transformación de la sociedad. El uso de las mismas narrativas discursivas desde las entidades sociales que desde los órganos de poder hace que muchas veces asumamos un papel reproductor de conductas y no deslegitimador de lo que se puede contar y resolver de otra forma. Afortunadamente, la hegemonía del discurso está siendo resquebrajada en los últimos tiempos con el uso de las redes sociales como vehículo de una comunicación alternativa.

¿Para qué comunicamos entonces? ¿Para reproducir o para transformar? Esta pregunta radica en la esencia misma de las ONGD que muchas personas consideran hoy parche dentro del sistema neoliberal, que le ayuda a sobrevivir, y no motor de cambio que busca la renovación de un mundo socialmente injusto.

La comunicación en las ONG dedicadas a la cooperación no puede quedarse en la simple transmisión comunicativa de acciones, con mayor o menor éxito en la consecución de socios, de fondos o de visibilidad de “marca”. El paso es necesario, hay que trascender y cuestionar el porqué de nuestro quehacer, qué desinterés en los ámbitos de poder ha generado la necesidad de quienes reciben nuestros proyectos, por qué se permite que se acreciente la desigualdad, qué puede la ciudadanía exigir, dónde está la clave del cambio. Es necesario pensar en una comunicación para el desarrollo que no des-responsabilice a las personas mediante un donativo, sino que forme su conciencia para asumir la responsabilidad de la participación ciudadana y la construcción política. Hay que comunicar para poder incidir.

Y ahora la segunda parte ¿dónde queremos incidir? Esta pregunta no tiene siempre fácil respuesta ya que la mayoría de las ONGD no han dedicado su trabajo a lograr cambios institucionales y políticos en sus países de origen creyendo en la gobernanza global y en la interdependencia. En la mayoría de los casos, la ejecución directa sobre el terreno nos ha llevado a ser –probablemente- más relevantes en las políticas de otros países que en el nuestro. Pero desde este punto de partida, ahora las organizaciones vemos la importancia del trabajo de incidencia y queremos llegar a todos lados; queremos incidir en las políticas, en la opinión pública, en los medios... Cada uno de estos públicos requerirá una estrategia diferenciada: con los responsables políticos, partidos, diputados/as... tendremos que mantener relaciones informales que nos permitan transmitir información y datos sobre aquellos temas en los que queremos incidir; con la ciudadanía será preciso promover la participación y buscar la movilización social, el ciber-activismo, todas las maneras posibles de ejercer presión sobre las autoridades; con los medios de comunicación es necesario ir más allá de los *mass media* y plantearse otras vías, el acceso a medios alternativos, la formación de los periodistas, los trabajos de investigación facilitando fuentes rigurosas desde la sociedad civil, innovando en los formatos y reconociendo el potencia educativo, sensibilizador, del entretenimiento; y por supuesto es imprescindible el diálogo formal, institucional y consultivo con la administración pública para poder incidir por los cauces establecidos en los espacios y documentos que vertebran la cooperación del estado como el Consejo de Cooperación o el Plan Director.

En una situación como la actual, con un tercer sector heterogéneo, con disparidad en su propuesta política, con múltiples públicos a los que dirigir sus informaciones y con diversidad de discursos para legitimar la presencia de las ONG en esta sociedad, no es difícil pensar que la respuesta a este desmantelamiento de la cooperación es una muestra del fracaso de la comunicación y la incidencia política de cooperación, que no es sólo el inmenso

recorte, sino el discurso que ha convertido nuestro trabajo en superfluo y prescindible porque hay otras prioridades.

### **ONGD, SOLIDARIDAD Y COOPERACIÓN EN ESPAÑA**

Si revisamos de dónde venimos, encontramos respuestas que nos sirven para plantear las acciones de hoy y la evolución al mañana, el tipo de comunicación e incidencia que podremos realizar.

Nuestra tradición asociativa no es tan extensa, además hasta los años ochenta España no formaba parte aún del CAD (Comité de Ayuda al Desarrollo de la OCDE) y por lo tanto no era considerada oficialmente como un país donante. Será a finales del siglo XX, en los años 90 cuando surjan la mayoría de las ONGD tal y como hoy las conocemos.

Es nuestro país las entidades más antiguas dedicadas a la solidaridad y la cooperación son Cáritas (1942), Misión y Desarrollo (1956), Manos Unidas (1960). Fue vinculadas a la iglesia católica donde surgieron estas primeras organizaciones que trabajaban en países del Sur y, en algunos casos, también en las bolsas de pobreza y exclusión de nuestras poblaciones. A día de hoy el sector de las ONG de desarrollo se divide de la siguiente forma de acuerdo a su origen y orientación:

- 50% - Organizaciones de origen católico
- 20% - Organizaciones de origen sindical y/o político
- 25% - Organizaciones vinculadas a sectores profesionales

La experiencia de trabajo y los cambios que se han ido produciendo en el sistema de cooperación española también han modificado la forma de entender la cooperación internacional, la educación para el desarrollo y la comunicación por parte de las organizaciones, que en muchos casos han pasado por etapas de concentración sectorial o geográfica o de mayor profesionalización que han cambiado parte de las orientaciones organizativas con las que nacieron. La evolución de las visiones tiene que ver también con el concepto de desarrollo, a medida que se asumen determinados enfoques de desarrollo nuestras acciones tienen unas características propias. Es lo que en el ámbito de la Educación para el Desarrollo se denomina generaciones. La Estrategia de Educación para el desarrollo de

la cooperación española, que se realizó en el marco del Plan Director 2005-2008, recogía cinco generaciones de EpD donde enmarcar las acciones de incidencia y comunicación:

- Primera generación: enfoque caritativo-asistencial
- Segunda generación: enfoque desarrollista
- Tercera generación: educación para el desarrollo crítica y solidaria
- Cuarta generación: educación para el desarrollo humano y sostenible
- Quinta generación: educación para el desarrollo para la ciudadanía global

A cada enfoque le corresponde una forma de entender el desarrollo y por tanto una estrategia diferente a la hora de encarar su proceso de comunicación e incidencia. Cada ONGD trabaja desde una óptica y estas visiones no son necesariamente lineales, consecutivas y excluyentes, lo que significa que conviven en el tiempo y probablemente, en el tercer sector, en las redes de ONGD, coexistan distintas visiones que se ven obligadas a trabajar conjuntamente.

Resumiendo y simplificando mucho estos enfoques, se puede decir que conviven diariamente organizaciones que tienen una clara visión asistencialista, que consideran la pobreza como una carencia de bienes y servicios que mediante sus proyectos pueden ser cubiertos; entidades que creen en la promoción del desarrollo buscando un proceso de *modernización* local en el Sur que siga el modelo de desarrollo del Norte; asociaciones que trabajan en partenariado con organizaciones locales y actúan como portavoces de sus denuncias y sus causas; y por último ONG que están buscando espacios de incidencia política, añadiendo propuestas a sus protestas y aumentando su capacidad de presión en la sociedad global.

#### **MOVILIZACIONES E INCIDENCIA. ES POSIBLE. LOGROS**

Aunque la panoplia de ONGD existente, con sus diferentes enfoques de desarrollo, pueda parecer un difícil campo de trabajo para la incidencia conjunta, existen experiencias exitosas que nos demuestran que sí hay una capacidad real de incidir y que la lucha contra la pobreza es tan amplia que puede aglutinar a diferentes colectivos con mínimos comunes y conseguir objetivos reales y cuantificables.

La agenda de reivindicaciones de la cooperación puede llegar a ser muy amplia, pero en los últimos años en nuestro país podemos concentrarla en una hoja de ruta que ha servido



para valorar las iniciativas gubernamentales y medir la capacidad de respuesta de administración y sociedad civil. Sus puntos fundamentales son: el aumento de inversión de AOD para alcanzar el 0'7%; los criterios de calidad y eficacia de la ayuda; la incorporación de criterios de desarrollo para la gestión de la deuda externa; la sostenibilidad ambiental, la igualdad de género y los derechos humanos como enfoques transversales a cualquier acción de desarrollo y toma de decisión política; la eliminación de interferencias en las políticas de cooperación por intereses ajenos al desarrollo bien sean diplomáticos, comerciales o geoestratégicos.

Con estos elementos como centro de la agenda política de la cooperación, las ONG y algunos movimientos sociales han puesto de manifiesto como la movilización de la ciudadanía, la extensión de la información y el apoyo de la opinión pública puede tener su reconocimiento político y su reflejo normativo posteriormente.

El punto de partida de los espacios de movilización y participación ciudadana en nuestro país en torno a los temas de cooperación internacional se sitúa claramente en el 94 con las acampadas del 0'7% en el Paseo de la Castellana de Madrid y en numerosas ciudades del estado español que se unieron a la protesta. Las **Movilizaciones del 0,7%** (1993-1994) consiguieron traer a la agenda política y mediática una reivindicación de las ONGD, acercaron a la población al concepto de ayuda al desarrollo con la reivindicación de la cifra del 0'7 –que desgraciadamente hoy parece más mítica que nunca -.

Otro momento importante en la comunicación y la incidencia política en cooperación lo determina la **campaña “Deuda Externa, Deuda Eterna”** que en el año 2000, siguiendo una iniciativa mundial por la condonación de la deuda en España pusieron en marcha apenas cuatro ONGD de inspiración católica, consiguió, de una forma completamente distinta a la acampada anterior, ganar el respaldo y el apoyo de cada vez más colectivos para demandar una respuesta ante la crisis de la deuda que se presentaba como un obstáculo para el desarrollo de los países del Sur.

Desde la Coordinadora de ONG para el Desarrollo en el año 2005 se puso en marcha la **Campaña “Pobreza Cero”** que consiguió por primera vez aglutinar en una manifestación a todos los movimientos y ONG de distintas tendencias ideológicas alrededor de la agenda de los Objetivos de Desarrollo del Milenio –ODM- y con reivindicaciones específicas sobre tres temas concretos: comercio internacional, deuda externa y ayuda oficial al desarrollo. El buen trabajo desarrollado trascendió la lógica de campaña y –aunque la campaña como tal sigue existiendo dentro de la CONGDE-, de este esfuerzo de movilización nació lo que hoy es la Alianza

Española contra la Pobreza que reúne a más de mil colectivos entre los que están ONGD, sindicatos, asociaciones profesionales, religiosas, etc. que trabajan para la erradicación de la pobreza, no sólo en países del Sur, sino rompiendo la dicotomía Norte-Sur y dándole a la pobreza un carácter global que tiene que ver con la vulneración de derechos humanos en todo el mundo.

Por último destacar la actuación de los **movimientos sociales por la reforma de los créditos FAD** (hasta 2010) que han sido transmisores de una crítica argumentada y rigurosa de un polémico instrumento de la cooperación reembolsable de este país. Un trabajo probablemente no tan mediático pero sin duda fruto de la investigación y la comunicación clave para la incidencia dentro de la administración pública.

Cada uno de estos momentos de participación y movilización ciudadana de la mano de las ONGD y movimientos sociales ha tenido su reflejo normativo político dando lugar a espacios de interlocución, documentos de trabajo e incluso leyes, demostrando la capacidad de incidencia que un trabajo bien hecho puede tener en el contexto apropiado. No es preciso valorar si existe una atribución única y directa, nuestra sociedad es compleja con múltiples actores y diversos factores influyentes y/o determinantes, pero no cabe duda de la contribución al logro en cada uno de los casos.

En diciembre de **1995** se firmó el **Pacto por la Solidaridad**, lo que significó el fin de la huelga de hambre de varios activistas de la Plataforma O'7%, donde los principales partidos políticos firmaron una declaración auspiciada y promovida por las organizaciones sociales. Además del propósito de caminar en la senda del O'7% de RNB para AOD, este pacto proponía la creación de una Comisión Parlamentaria sobre Cooperación para el Desarrollo que vigilara el cumplimiento progresivo de los compromisos.

Ese mismo año, **1995**, se creó el **Consejo de Cooperación**, órgano consultivo de la Administración para la definición de la política de cooperación. En él participan representantes de la sociedad civil y agentes sociales de la cooperación junto con representantes de la Administración General del Estado y está adscrito al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Tras un largo periodo de peticiones por parte de las organizaciones, en 1998 se promulgó la **ley de Cooperación Internacional (Ley 23/1998, de 7 de julio)** que ordenaba y definía las prioridades de la cooperación española así como sus instrumentos y los responsables administrativos de su ejecución como política pública.

En 2006 fue el turno de la **Ley de Gestión de la Deuda Externa (Ley 38/2006, de 7 de diciembre)** que vio la luz tras año y medio de trámite parlamentario y resultó insuficiente para las reivindicaciones de las organizaciones sociales que participaron en los diálogos previos.

En un momento pre-electoral en diciembre de **2007**, todos los partidos políticos con representación parlamentaria firmaron el **Pacto de Estado contra la Pobreza** que una vez más ratificaba el compromiso del avance hacia la consecución del 0'7% y la agenda de los ODM, y se comprometía a mantener líneas de trabajo a favor de la erradicación de la pobreza facilitando los instrumentos administrativos y las reformas legislativas necesarias para ello.

La reforma legislativa de los créditos FAD llegó en el año 2010, el cambio de esta ley era una recomendación de la OCDE al gobierno de España y una reivindicación histórica de la sociedad civil para reformar los componentes comercial y de crédito de la AOD española. Esta reforma generó muchas expectativas que se vieron defraudadas en el texto legislativo, que daba cabida a casi las mismas "trampas" que el antiguo FAD. Lo que se realizó de forma explícita fue la separación en dos instrumentos con responsables competenciales diferentes dentro de la Administración del Estado: **ley de FONPRODE (Ley 36/2010 de 22 de octubre de 2010 Fondo para la Promoción del desarrollo y la Cooperación Financiera Reembolsable)** gestionado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación y FIEM (Ley 11/2010, de 28 de junio, de reforma del sistema de apoyo financiero a la internacionalización de la empresa española), que queda fuera de lo que consideramos AOD y está gestionado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

### ¿Y AHORA? DESMANTELAMIENTO DE LA POLÍTICA DE COOPERACIÓN

En estos momentos, como ya hemos visto la AOD española se encuentra en la cifra más baja de su historia. Esto supone un escenario de recortes sin precedentes pero lo que demuestra un fracaso en la comunicación y la incidencia realizada en los últimos años no es el brutal ajuste presupuestario, que deja en cifras ridículas el aporte al desarrollo por parte del estado, sino la forma en que se ha impuesto el discurso y los argumentos utilizados para justificar lo que realmente es el desmantelamiento de la política pública de cooperación.

Cuando el ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación, José Manuel García-Margallo, aseguró <sup>59</sup> que "recortar en cooperación es una opción extremadamente dolorosa, pero la otra

<sup>59</sup> Comparecencia ante la Comisión de Cooperación Internacional del Congreso en marzo de 2012.

opción, a lo mejor, es recortar pensiones o cerrar ambulatorios", estaba mandando un mensaje implícito a toda la sociedad donde afirma que la política de cooperación al desarrollo es una política superflua, innecesaria y prescindible. Más aún, es una política decorativa y cargada de buenas intenciones y de valores de solidaridad –por eso admite que es *extremadamente dolorosa*- pero es inoperante en los momentos de crisis y por eso es de lo primero que se prescinde. Este discurso deslegitimador del trabajo de cooperación como política pública además tiene la perniciosa característica de poner en confrontación a los *pobres del Norte y del Sur* en una dialéctica en la que termina primando lo doméstico. De cualquier manera, la comparación en términos presupuestarios es tan ridícula como afirmar que hoy no compras una barra de pan de 40 céntimos porque si lo haces dejarás de pagar el banquete de 500 personas en una celebración por todo lo alto. Cualquier persona en la calle respondería ante este comentario, sin embargo la respuesta a este discurso del estado por parte del sector de las ONGD no ha sido tan contundente ni tan elevada como debiera, o por lo menos no ha tenido la resonancia pública suficiente como para que la sociedad reaccionara de forma contraria.

¿Por qué ha sucedido esto? Es la muestra más clara del fracaso de comunicación, el no haber sabido consolidar ideas fundamentales sobre desarrollo en la opinión pública. La mayor parte de la ciudadanía no ha interiorizado los principios básicos que harían saltar las alarmas al escuchar el discurso deslegitimador de la cooperación internacional. No se ha sabido transmitir que vivimos en un **mundo interdependiente** como característica principal de la **globalización**, que los **estados** tienen una **corresponsabilidad en la gestión de los bienes públicos globales** y que la **extensión universal de los Derechos Humanos es el quehacer político** en cualquier territorio como garante de desarrollo.

#### FALTA DE RESPUESTA

La supresión de la cooperación internacional en nuestro país no tiene un coste político que preocupe a los gobernantes ni a los partidos. Es una muestra más de cómo ha calado la idea de artículo de lujo, dádiva para tiempo de bonanza económica, suprimible sin contrapartida alguna.

El sector de la cooperación ha sido connivente (y corresponsable) del giro del discurso, del desprestigio. La reacción ha sido tardía y poco clara, con una preocupación evidente por la propia supervivencia que ha dejado fuera otras consideraciones más urgentes.

Tal vez esta falta de respuesta por parte de los actores de la cooperación tenga que ver con la falta de propuestas en la etapa anterior, pero también tiene que ver con características del sector relacionadas con la absoluta dependencia financiera de fondos públicos, que para algunas entidades significa el silenciamiento de cualquier divergencia por temor a la pérdida de la financiación. De poco ha servido este silencio, ya que la situación del sector demuestra que la anulación de convocatorias públicas dejará a muchas entidades sin presupuesto para seguir trabajando, independientemente de que se señalaran políticamente o no.

Se ha producido en las diferentes organizaciones del sector una clara desconexión política con esa hoja de ruta de la cooperación que se mostraba anteriormente. El trabajo realizado en incidencia política ha estado a años luz de las reivindicaciones planteadas como irrenunciables, generando un abismo entre las demandas y la realidad positiva, más preocupada de procedimientos y de gestión que de políticas públicas globales.

Se podría decir que hablamos de deseos inalcanzables, se asume que entre lo deseable y lo posible hay un espacio insalvable. Se identifican las demandas explícitas con *lo deseable* y su posterior institucionalización positiva como el *único resultado posible*. De esta forma, los contenidos de los Pactos y declaraciones realizadas se han tratado como deseos, eliminando su capacidad de intervenir políticamente en la construcción de lo posible, anulando el carácter político de la hoja de ruta y dejando el quehacer político a los profesionales. Cuántas veces se ha repetido “es lo más que se podía hacer en estas circunstancias” o “es lo mejor posible”. La condición para la interlocución es la aceptación de los límites de lo posible.

En base a esto se han venido relacionando las ONGD con la Administración, generando un doble discurso donde se han ido situando a un lado o a otro en función del momento. Así se ha instrumentalizado el discurso normativo casi siempre como autolegitimación, y se ha hecho valer el realismo como autojustificación. La característica de las acciones de comunicación e incidencia ha sido la ausencia de atrevimiento para romper con esta separación y plantear las alternativas en el espacio de lo posible. Más bien se han visto dos tipos de discursos: uno que proyecta valores (ideas, filosofía) y otro que representa intereses (profesionales, corporativos, de sector, etc.)

#### **POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SIN COMUNICACIÓN POLÍTICA**

La intervención política consiste en generar rupturas y plantear nuevos posibles que con anterioridad parecían inalcanzables, por eso resulta incomprensible que las ONGD hayan

renunciado con tanta facilidad a asumir el riesgo de la intervención política y dejen el discurso de las demandas para cuando buscan su legitimación social. En los últimos años la relación de las ONGD con el poder político no ha sido rupturista sino que se ha mantenido en los límites de lo planteado por la administración como logro.

Evitar la intervención política ha sido una máxima para gran número de ONGD y al mismo tiempo defender la apoliticidad de las acciones, negando así la potencialidad de cambio estructural que tienen –o deberían tener- la mayoría de los proyectos ejecutados. Esta preocupación se ha reflejado en las estrategias de comunicación de muchas entidades que han optado por la profesionalización y la descripción técnica de sus acciones y capacidades, obviando los procesos de cambio iniciados, incluso despolitizando el concepto de desarrollo.

En muchos casos esto se ha traducido en un alejamiento de sus bases, del principio generador de su organización, y un acercamiento a la administración mediante la gestión técnica. Este proceso de desnaturalización de las ONGD las ha mantenido al margen de los nuevos modelos de intervención social que han surgido en las calles, incluso en algunos casos les ha generado conflictos con los movimientos sociales que reclaman otra forma de participación. La realidad es que las ONGD han perdido capacidad de transformación política y social, se han quedado en el plano del discurso ético y no asumen los riesgos de la construcción política.

#### **PERTINENCIA. AHORA O NUNCA**

Hasta ahora la mayoría de las ONGD han basado su comunicación en la función simbólica de ser las depositarias de los valores (solidaridad, justicia, etc.) situándose en el mundo de lo deseable y sin responsabilizarse de la propuesta política. Muchas organizaciones han vivido preocupadas por la comunicación de “marca” buscando posicionarse con mayor número de socios y mejor reputación corporativa en el *mercado de la solidaridad*.

Pero esto está cambiando. La realidad plantea necesidades diferentes, no sólo a nivel organizativo o institucional, sino que las vulneraciones de derechos son tan evidentes que cuesta trabajo creer a una ONGD que defiende la sanidad en los pueblos del Sur y no toma postura ante la realidad sanitaria de su propio lugar, por ejemplo. Es también un proceso de legitimación, de vuelta a tomar el pulso a la base social, de recuperar el concepto de participación más allá del donativo como asociado.

En los últimos tiempos se pueden ver cambios en los documentos estratégicos de las ONGD donde los departamentos de sensibilización están dando cabida al concepto de incidencia política, tan en desuso con anterioridad. La incidencia política ha pasado a formar parte del imaginario organizativo y estratégico de muchas ONGD en un momento donde es más pertinente que nunca.

Aún así, son muchas las resistencias por parte de algunas organizaciones para reconocer la esencialidad política de sus intervenciones y su identidad.

Si permitimos que se roben el discurso habremos perdido la batalla que significa el fin de un proceso de trabajo de años con comunidades y personas que necesitan de una conciencia global justa, y aunque quede mucho por hacer y la capacidad de incidencia no sea muy grande, reflexiona sobre esto y dime si no vale la pena comunicar de otra forma:

**“Si crees que eres demasiado pequeño para causar impacto**

**intenta dormir con un mosquito en la habitación”**. Anita Rodick

#### BIBLIOGRAFÍA

- Dejubileo. RCADE Red Ciudadana para la Abolición de la Deuda Externa. (2000) “Deuda Externa, ¿deuda eterna? Año 2000: Libertad para mil millones de personas”
- Martínez, P. (2004) “0’7% historia y oportunidad de una reivindicación”, en Revista Documentación Social Nº 132. Cáritas.
- ORTEGA, M.L.; MAEC- SECI- Dirección General de Planificación y Evaluación de Políticas para el Desarrollo. “Estrategia de Educación para el Desarrollo de la Cooperación Española” 2008
- Plataforma 2015 y más (2011) “Renovando nuestro papel hacia la transformación social”, en Renovando el papel de las ONGD. Hacia la transformación social. Editorial 2015 y más.

## La comunicación en las organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD). Aportes para un debate social

Javier Erro Sala<sup>60</sup>

*“Los analfabetos del siglo XXI no serán los que no sepan leer o escribir, sino los que no pueden aprender, desaprender y reaprender”*

*(Edgar Morin, 2011:144).*

Es posible que en este momento existan las condiciones necesarias para que pueda consolidarse definitivamente un cambio de fondo en la manera de vivir la comunicación en las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD). Se estaría pasando de entender la comunicación como un simple instrumento de apoyo y promoción a comenzar a percibirla como una dimensión de su propia *naturaleza*. Hablamos de un *(des)cubrimiento* reciente y apenas explorado, del tránsito comunicativo de lo instrumental y mediático a lo cultural y social, sin que lo segundo disuelva a lo primero.

A nuestro juicio esa situación favorable al cambio viene empujada por algunas transformaciones producidas dentro del entorno de las ONGD, pero también fuera, en el campo de los medios de comunicación de masas y del periodismo, y en el conjunto de la sociedad. Transformaciones que vamos a analizar desde tres experiencias concretas: el Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía; esas otras formas emergentes de periodismo que andan por ahí; y la irrupción de los Movimientos del 15-M.

Lo que nos interesa aquí es razonar nuestra hipótesis: la conjunción de estas transformaciones abriría otro escenario cargado con novedosas oportunidades, hasta el punto de permitir a las ONGD ponerse a hacer otra comunicación para *(re)hacerse* como organizaciones sociales desde la comunicación. Vamos pues a tratar de dibujar este nuevo escenario y a señalar algunos aportes para un debate social sobre el tema.

---

<sup>60</sup> Coordinador de la Fundación Mundubat en Navarra y profesor de la Universidad Pública de Navarra.



### ¿QUÉ ESTÁ CAMBIANDO DENTRO DE LAS ONGD?

En marzo del 2006 nació en Pamplona el *I Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía*<sup>61</sup>. Un encuentro que bajo el título *Otras relaciones entre medios de comunicación, movimientos sociales y nuevas tecnologías*, se preguntaba si los procesos de comunicación y educación que se construyen y difunden el Tercer Sector, los medios de comunicación de masas (*medios*), y el sector *educativos*, contribuyen a forjar una verdadera cultura de la solidaridad. Se buscaba crear un espacio donde las personas e instituciones interesadas por la comunicación y la educación pudiéramos poner en común nuestras preocupaciones y experiencias en torno a los vínculos entre las formas de comunicar y educar.

El foro se propuso generar una reflexión colectiva que girase en torno a tres grandes ejes:

- El papel que están jugando los medios de comunicación, la educación y las organizaciones sociales en la construcción de ciudadanos y ciudadanas socialmente responsables y solidarios.
- Las oportunidades que nos ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para educar y sensibilizar sobre las realidades de los países empobrecidos y construir una nueva solidaridad.
- Las experiencias que desde la comunicación y la educación construyen hoy otras formas de ejercer la ciudadanía.

Un año después, también en Pamplona, celebramos el *II Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía*, esta vez dedicado al tema de las *Nuevas narrativas mediáticas*. El debate se planteó en esta segunda ocasión sobre el papel de la cultura audiovisual y digital a la hora de pensar la construcción de ciudadanía en el siglo XXI. Nos preguntamos si es posible hablar de una *ciudadanía audiovisual*. Lo que nos llevó a reflexionar sobre ese *reino del entretenimiento* que ha venido para quedarse, para reconocer que el entretenimiento constituye *una nueva manera de relacionarse, un estilo de discutir, interactuar, expresarse y convivir, una estética popular*, como dice Rincón (2006:222).

---

<sup>61</sup> Constituye una herramienta de trabajo permanente: [www.comunicacionyciudadania.org](http://www.comunicacionyciudadania.org).

En octubre de 2010 la ciudad de Córdoba acogió el *III Foro internacional de Educación, Comunicación y Ciudadanía Cultura hegemónica y diversidad cultural*, donde expertos, profesores, académicos e investigadores, profesionales de los medios de comunicación y trabajadores de las organizaciones sociales, se dieron cita para debatir una agenda propuesta por el tejido asociativo de Andalucía. Esta vez se analizó la diversidad cultural y su relación con los medios de comunicación y la democracia, en el contexto de una sociedad global<sup>62</sup>.

Si la experiencia del Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía tiene algún valor es la de poner a comunicarse a personas que, desde distintas perspectivas e instituciones, veíamos ya trabajando la comunicación. Por eso el Foro surgió *naturalmente* y vino a ratificar primero y a potenciar después el proceso de reflexión sobre la comunicación que ya estaba ahí, dentro de las instituciones y organizaciones sociales, aunque disperso, disciplinado y a veces mal comunicado. Dentro de las ONGD también había anidado un germen del cambio sobre la comunicación. La cuestión estriba en distinguir qué es lo que está cambiando en el campo de cooperación internacional para el desarrollo y en las ONGD a la hora de enfocar la comunicación. Hay motivos para pensar que:

- Se está dando un salto cualitativo que no supone solo un simple cambio de modelo de comunicación, sino la irrupción de una nueva forma de mirar lo comunicativo: el paso de una comunicación agotada en lo instrumental y a una comunicación atravesada por la cultura.

Lo que está sucediendo dentro de las ONGD es el tránsito de una comunicación instrumental, parcializada y mercadeada<sup>63</sup> (la comunicación *como problema*) a una comunicación social y humana, complejizada, transversal y centrada en la cultura (la comunicación *como oportunidad*). Irrumpe el progreso de la complejidad de la comunicación, entendía ésta última también como fin en sí mismo que *alimenta la interacción, el diálogo y las construcciones colectivas*, lo que le añade un gran

---

<sup>62</sup> El I y II Foro Educación, Comunicación y Ciudadanía fueron organizados por un consorcio de ONGD y cofinanciados por el Servicio de Cooperación Internacional para el Desarrollo del Gobierno de Navarra y por el Ayuntamiento de Pamplona. El III fue organizado por las ONGD CIC Batá y cofinanciado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional al Desarrollo (AACID).

<sup>63</sup> Erro, J. (2001): *Las prácticas comunicativas de las ONGD. De la comunicación mercadeada a la construcción de una mirada comunicacional*. En "Directorio de ONGD 2000". Coordinadora de Organizaciones No Gubernamentales de Cooperación al Desarrollo-España. Madrid. Páginas 51 a 72.

potencial educador<sup>64</sup>. Precisamente cuando se deja de pensar la comunicación como un mero instrumento de apoyo y promoción, se comienza a percibir como una dimensión fundamental de la *naturaleza* y vida de las organizaciones. Avance novedoso, aunque ese tránsito comunicativo de lo instrumental y mediático a lo cultural, sin que lo segundo disuelva a lo primero, constituye todavía un descubrimiento tan reciente como apenas explorado<sup>65</sup>. Por eso las ONGD están viviendo el *(des) cubrimiento de la comunicación* con una sensación ambivalente donde se mezcla la esperanza (la comunicación abre novedosas oportunidades) y la prevención (comunicarse compromete: abrir la espita de la comunicación exige transformaciones de fondo).

- Como consecuencia del avance anterior las ONGD están *(re)descubriendo* la importancia capital del sujeto.

La comunicación ayuda a las ONGD a reintegrarse en el novedoso, complejo y cambiante escenario actual. Pero esta reintegración les exige comprender que están llamadas a reinventarse para asumir desde la comunicación el regreso del sujeto que ya anunció la posmodernidad y del que los Movimientos del 15-M, como veremos más adelante, son una genuina expresión. ¿Cambiar qué y hasta dónde? Deberán entrar en un bucle: asumir una auténtica comunicación supone colocar el sujeto en el centro; y girar en torno al sujeto exige convertirse en organizaciones *esencialmente* comunicativas. ¿Cambiar cómo? Posiblemente desde una *metamorfosis* (en el sentido que le da Morin)<sup>66</sup> que no sólo afecta al discurso y a los productos comunicativos de las organizaciones, sino también el propio modelo de ONGD, al conjunto de su trabajo y a su papel en el mundo.

Partir de un concepto de comunicación mucho más rico y abarcante se muestra eficaz y está produciendo ya algunas propuestas que no podemos explicar y detallar en un trabajo tan breve<sup>67</sup>. Pero sí nos interesa destacar los últimos aportes de Marí. Remitiéndose a la praxis

<sup>64</sup> *Comunicación, intercambio y participación: una mirada desde las ONG*, Grupo de Comunicación de la Coordinadora de ONG de Desarrollo-España, en R.Martínez-Gómez y M.Lubetkin, 2010: 146. Por nuestra parte hemos planteado un modelo de trabajo que vincula la comunicación con la educación y la cultura y que denominamos *apertura a las mediaciones y a las hipermedicaciones*, partiendo de las bases asentadas por Martín-Barbero (2003) y recogidas por Scolari (2008), (Erro: 2010).

<sup>65</sup> Aportación de la reflexión comunicativa latinoamericana que inauguró Martín-Barbero al final de los años ochenta.

<sup>66</sup> Según Morín el cambio es posible a través de la figura de la metamorfosis, que regenera las capacidades creativas y es más rica que la de revolución. *Tiene la misma radicalidad renovadora, pero la combina con la conservación (de la vida, de las culturas, del legado de pensamiento y conocimiento de la humanidad). No podemos prever ni sus modalidades ni sus formas: todo cambio de escala supone un surgimiento creador* (Morin, 2011:33).

<sup>67</sup> Sólo desde el análisis de los vínculos entre comunicación y educación señalamos los trabajos de Nos Aldas, Erro, Burgui, Santolino, Ballesteros, Mesa, Ortega, Marí, Sierra y otros -Burgui y Erro, 2010-. Desde las propias ONGD el

latinoamericana a la hora de pensar la comunicación con claves diferentes a los enfoques dominantes y partiendo de los aportes de Sierra (2006), Marí (2011:8) traza un esquema básico de lo que constituiría el campo de estudio del campo de la Comunicación para el Desarrollo en donde identifica los siguientes temas:

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

Desde esquemas de este tipo podemos comenzar a construir mapas de trabajo integradores donde tengan cabida todos los enfoques procedentes de los distintos sectores que, puestos a comunicarse de forma transdisciplinar, puedan generar soluciones comunes.

### ¿QUÉ ESTÁ CAMBIANDO EN EL SISTEMA DE MEDIOS Y EN EL MODELO ACTUAL DE PERIODISMO?

Iñaki Gabilondo (2011) explica el momento actual del periodismo en nuestro país con una sentencia: hemos dejado de contar historias (cultura) para contar audiencias (números). Según este periodista el oficio periodístico se ha visto desbordado por una lógica económica capaz destruir a la lógica comunicativa. Podíamos pensar - todavía más a la luz de los últimos escándalos globales: el *caso WikiLeaks*; el espionaje del *caso Murdoch* – que la credibilidad social de los *medios* y del estilo de periodismo hegemónico sufre un deterioro sin precedentes. Pero la situación contiene matices. Sin ir más lejos, en nuestro país la falta de neutralidad de los *medios* supone la quinta demanda de las personas integrantes en los Movimientos del 15-M, según un estudio realizada por la Fundación Alternativas. También en las encuestas del CIS

---

trabajo desplegado desde la Coordinadora de ONG para el Desarrollo de España relacionando comunicación con la participación ciudadana y las bases sociales.

la valoración de los *medios* es reiteradamente negativa: los ciudadanos perciben que tienen un excesivo poder de influencia y que no lo utilizan en favor de la gente. En cambio todavía se valora positivamente el oficio periodístico<sup>68</sup>.

En nuestra opinión, al igual como sucede en las ONGD, estamos ante un escenario complejo y ambivalente, donde hay presiones externas e internas que exigen cambios de fondo. En este sentido, distinguimos entre aquellos aspectos generales que inciden sobre la situación actual de los *medios* y del periodismo que no pueden obviarse en ninguna reflexión rigurosa, y los que apuntan a la especificidad del caso español.

Desde una perspectiva general la mayor presión sobre la realidad del sistema mediático y del estilo de periodismo proviene en estos momentos de la concatenación de cambios tecnológicos, culturales, y sociales, que no conviene separar. Lo que en estos momentos se pone en tela de juicio no es sólo la superación desde las TIC, desde Internet y desde las Redes Sociales, de las estructuras y culturas de empresas, emporios y periodismo. Lo que no se debe sustraer a todo esto es el debate de fondo, radicalmente social: la problemática de la democracia ciudadana y de los medios de comunicación, la *ciudadanía comunicativa* (Mata, 2003:42)<sup>69</sup>. Ahora que proliferan las quejas contra el peso de los llamados *poderes no representativos* (los mercados, las instituciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional o las oscuras Agencias de Rating), conviene recordar que los medios de comunicación de masas representan el paradigma de poder que, por definición, escapa al control democrático (Virilio, 1996)<sup>70</sup>. Este debe ser el punto de partida de todo debate profesional y social, la relación entre el sistema mediático, cada vez más poderoso, y el sistema democrático, cada vez más deteriorado. En ese sentido, las repercusiones de casos *WikiLeaks* y *Murdoch* hay que medirlas no tanto por lo que *(des) cubren*, que después de todo ya se sospecha, sino porque lo visibilizamos y confirmamos en un contexto social minado por la desconfianza institucional generalizada.

<sup>68</sup> "Público", 17 de julio de 2011, páginas 2,3 y 4. Obviamente los *medios* no pueden entenderse sólo como empresas, sino también como una red global (más que emporios), como una red discursiva e instrumentos culturales, y como una esfera de relaciones profesionales y sociales.

<sup>69</sup> M. Cristina Mata, *Ciudadanía comunicativa: un desafío para la democracia, "Veedurías y Observatorios"*. Buenos Aires. La Crujía. 2003: 42-51.

<sup>70</sup> El *cuatro poder* sería la única institución que funcionaría al margen de cualquier control democrático eficaz, ya que cualquier crítica independiente dirigida contra él, cualquier solución de recambio, son desconocidas por el gran público, simplemente porque no tienen ninguna posibilidad de ser difundidos con amplitud y, por consiguiente de alcanzarlo. Se reconoce así una atípica *censura social aceptable*.

P.Virilio, *El arte del motor. Aceleración y Realidad Virtual*. Buenos Aires. Manantial. 1996, p.12. Citado por M.Cristina Mata, *Ciudadanía comunicativa: un desafío para la democracia, "Veedurías y Observatorios"*. Buenos Aires. La Crujía. 2003: 42.

Ya fijándonos en caso español aparecen algunas especificidades. Estamos ante un *periodismo sin información* lastrado por su historia reciente (el papel político excesivo de los *medios* durante el período de la transición). Una situación en la que destaca por su alto componente de politización (Ortega, 2006). Por otro lado está el problema de una precariedad laboral sin precedentes, el control gubernamental de la información pública (con una falta de transparencia sin parangón en la Europa próxima, los productos informativos producidos por las instituciones, como los partidos políticos o las policías, por ejemplo), la falta de peso corporativo (alianza poderes financiero-político-mediático), el deficiente funcionamiento de las instituciones reguladoras, etc.

Pero al mismo tiempo podemos hablar del crecimiento, todavía discreto, de una presión interna del propio campo profesional con la estallido de autocríticas –la *rebelión contra el periodismo sin preguntas*- y de esas otras formas de periodismo que están naciendo y desarrollándose por ahí. Nos referimos a todas esas formas de (re)invención del periodismo desde como el *Periodismo Humano*, el *Periodismo Social*, el *Periodismo Preventivo*, etc.<sup>71</sup>. La mayoría de estas experiencias tienen la peculiaridad de poder globalizarse con mucha rapidez a través de Internet y de las Redes Sociales.

En nuestra opinión todos estos aspectos deben tenerse en cuenta a la hora de encarar un necesario debate social público sobre el papel de los *medios* en la sociedad actual que debe producirse en conjunción con otros sectores sociales (educación, organizaciones y movimientos de acción social, administraciones públicas, etc.). Debate que seguramente deberá discurrir de modo paralelo a otros debates profesionales y corporativos de ámbito privado que la profesión periodística parece obligada a emprender.

## ¿QUÉ VIENEN A CAMBIAR LOS MOVIMIENTOS DEL 15-M?

---

<sup>71</sup> El *periodismohumano* se define como un nuevo medio de comunicación con enfoque de derechos humanos y sin ánimo de lucro que se centra en servicio público al ciudadano. Apuesta por realizar periodismo profesional sin ánimo de lucro. <http://periodismohumano.com/>. El *periodismo social* se presenta como un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el cambio social. Sus objetivos son colaborar en la construcción de una imagen de la realidad que integre con mayor fidelidad a todos los actores sociales para contribuir a un diálogo que permita encontrar soluciones sustentables para enfrentar los desafíos que hoy nos amenazan. [www.periodismosocial.org.ar/](http://www.periodismosocial.org.ar/). El *periodismo preventivo* constituye una disciplina periodística que pretende dotar a la opinión pública nacional e internacional de elementos informativos que sean útiles para comprender el origen, desarrollo y finalización de situaciones clave (crisis y conflictos), destacando los esfuerzos para su resolución y haciendo visibles aspectos que permitan la prevención de situaciones similares en un momento posterior, a partir de la información realizada antes, durante y después del acontecimiento. [www.periodismopreventivo.org/](http://www.periodismopreventivo.org/). Asociación Gallega de Reporteros Solidarios (AGARESO). [www.agareso.org](http://www.agareso.org). Un ejemplo especialmente interesante es el de las veedurías de América Latina, una fórmula interesante para un debate desde resultados empíricos que aglutine a profesionales, académicos, organizaciones sociales y administraciones públicas. “*Veedurías y Observatorios*”. Buenos Aires. La Crujía. 2003.

En un texto como este nos interesa señalar brevemente qué pistas claves relacionadas con la comunicación pueden aportar los Movimientos del 15-M al desempeño de las ONGD. Dedicamos especial atención a las respuestas del 15-M a tres preguntas enquistadas en la trayectoria de las ONGD.

- a) ¿Cómo hacer solidaridad en una sociedad basada en el individualismo egoísta y competitivo y, por tanto, *esencialmente* insolidaria?

El conflicto fundamental que encuentran las ONGD es cómo movilizar al conjunto de una sociedad marcada por un individualismo consumista y acrítico hacia una cultura solidaria. Y hacerlo sin caer en lógicas comunicativas instrumentales y mercantilistas (lo que venimos llamando el *problema comunicativo de las ONGD* -Erro, 2010-). Pues bien, parece que los Movimientos del 15-M han puesto en marcha una respuesta subversiva: tomar como punto de partida lo mejor del individualismo, el reconocimiento del sujeto.

El 15-M vendría a ratificar que ese problema vive no sólo fuera, sino sobre todo dentro de las ONGD, en el imaginario social de estas organizaciones. Parece que las ONGD tienden a pesar que batallan contracorriente en un escenario *esencialmente* adverso conformado por un individualismo asocial y salvaje en el que, como ya teorizó Lipovestky (1994), apenas cabe algo más que una *solidaridad indolora* que hay que arrancar a la gente con mucho esfuerzo. Esa visión, de esperanza tan frágil, sólo sería capaz de percibir la cara negativa –y más visible- del individualismo moderno. El 15-M, por el contrario, ha venido a devolver las esperanzas en el cambio social al demostrar que no vivimos un mundo vacío sin capacidad para la acción y para la movilización social masivas. Ahora bien, enseña que aquello que mueve a la sociedad no son ideologías abstractas, comunitarismos excluyentes o llamamientos sectoriales, sino la otra cara del individualismo: la centralidad del propio sujeto, de sus derechos y necesidades concretas. El individualismo aumenta el grado de libertad, la resistencia a las determinaciones sociales, y nos puede conducir hacia el sujeto. El individuo descubre así su *deseo de ser sujeto*, teorizado por Touraine (2002, 2009, 2011) en su *sociología del sujeto*<sup>72</sup>. Un sujeto que pretende hacer valer sus derechos, que ya no admite que se le engañe, y que comienza a exigir a las instituciones sociales que se plieguen a sus necesidades. Lo que nos aporta la idea de que las instituciones sociales

<sup>72</sup> El último Touraine lleva a la sociología la preocupación por el regreso del sujeto que caracteriza a la posmodernidad. Sobre este tema también puede verse García Roca (2010).

–incluidas las ONGD y en cierta medida los medios de comunicación de masas– deben girar en torno a los derechos de los individuos y del desarrollo del sujeto (fuera y dentro de ellas). El sujeto como creador de sí mismo depende, según Touraine (2009:123), de la *historicidad*, lo que nos remite a la capacidad de cada organización social para empoderar a uno de los sujetos que la integran y potenciar su desarrollo integral.

Aquí el *problema comunicativo* ya no es tanto como convencer, sensibilizar o concienciar al individuo, sino como potenciar y acompañar su despliegue –desarrollo– como personal individual y social. Ya no queda espacio para el adoctrinamiento, y se reduce también el del *compromiso* meramente formal logrado mediante procedimientos propagandísticos o estrictamente publicitarios. Parece que estamos en el momento del debate autocrítico, participante y propositivo que exige la apuesta decisiva de cada ONGD por una comunicación social abierta y dialógica, entre sujetos, que habrá que comenzar a construir.

- b) ¿Cómo deben ser las relaciones entre las ONGD, basadas en la gestión de acciones de cooperación y solidaridad internacional, y los movimientos sociales?

Estamos ante un debate antiguo<sup>73</sup> sobre el que hoy se abren nuevos horizontes. El 15-M es buena muestra del paso de una sociedad que se representaba a sí misma en términos económicos a otra que lo hace en términos culturales. Según el último Touraine (2002, 2009, 2011), el pensador de los movimientos sociales por antonomasia, los *nuevos movimientos sociales* están estrechamente ligados a las acciones colectivas que defienden los derechos culturales (mujeres, minorías sexuales, trabajadores inmigrantes, minorías nacionales o religiosas, sectores discapacitados, etc.). Son entonces *movimientos culturales* porque se caracterizan por poseer un contenido cultural nuevo y por su voluntad de contribuir a la construcción de los seres humanos como sujetos. Se diferencian de un grupo de presión, un grupo reivindicativo o de una corriente de opinión por su objetivo principal: defender la libertad del sujeto individual y los derechos fundamentales *al margen de la defensa de intereses o de ideas* (2009:151). Porque es el sujeto, la conciencia de no ser reconocido y respetado,

---

<sup>73</sup> Este tema ya lo hemos tratado en otras ocasiones. “ONGD ¿Reinventarse como movimientos sociales?” *Revista Hika*, nº185, febrero, páginas 37 y 38. 2007, y en “Movimientos sociales y comunicación: ¿Son las ONGD movimientos antiglobalización?”. *Periódico Colatino*, El Salvador, 20 febrero 2002.



la indignación, lo que suscita un movimiento social. Pero se trata de un sujeto marcado por la idea de reflexividad (Giddens), que es capaz de buscarse y pensarse a sí mismo. El autor francés reclama en este momento que las instituciones se pongan a disposición del sujeto, así como la presencia de movimientos sociales autoreflexivos capaces de volver la comunicación sobre sí mismos, de reinventarse desde la comunicación y la cultura. *Necesitamos encontrar nuevas formas de acción colectiva e incluso nuevos movimientos sociales que no se identifiquen ya con una reacción de víctimas, sino que se definan por conceder prioridad a la reflexión sobre sí mismos* (2009:182).

Dicho esto, queda claro que en la medida en que las ONGD se vuelquen en la idea del sujeto dan un salto cualitativo fundamental para acercarse a los movimientos sociales.

c) ¿Qué es eso de la comunicación y para qué nos sirve?

Se reabre el debate entre una comunicación que en nombre de la *eficacia* se hace cortoplacista y otra que al perseguir educar y construir cultura se proyecta a plazos más largos. Aquí el 25-M aportaría pistas decisivas para que las ONGD acaben de asimilar una idea de comunicación humana y compleja que no se agote en lo instrumental.

Se ha escrito mucho sobre la forma de trabajar la comunicación en el 15-M. Se ha alabado su trabajo vinculado a Internet y a las Redes Sociales, pero los grandes gurús de la comunicación y la publicidad les han reprochado un exceso de espontaneidad, falta de planificación, ausencia de una política de comunicación con los *medios* y, sobre todo, el posible error de no nombrar portavoces fijos que le representaran. En pocas ocasiones como en ésta se han puesto sobre la mesa concepciones tan dispares a la hora de entender la dimensión comunicativa. Mientras los expertos razonaban desde el modo *científico* de *llevar la comunicación*, los emplazados en la Puerta del Sol de Madrid y de otras ciudades de nuestro país parecían disfrutar con aquello de *que la comunicación nos lleve*. Unos, desde el andamiaje teórico, reclamaban planificar-reconducir estrechando- la comunicación; los otros parecían responder –desde la praxis social cotidiana- abriendo más la comunicación. Recuerda el debate entre el modelo de la reingeniería social que encumbró la modernidad, acusado de descuidar la creatividad, la comunicación y la innovación (hasta ahogar al sujeto), y el *arte de navegar*, basado en el sujeto y en los principios de indeterminación, complejidad e implicación (García Roca, 2010). El tiempo irá diciendo cual de los dos modelos es

capaz de dar cuenta con mayor rigor de la sociedad del riesgo y la incertidumbre que nos toca vivir.

En todo caso, los Movimientos del 15-M han mostrado al conjunto de las organizaciones sociales que es posible:

- Adueñarse de la comunicación.

*La gente es ahora el medio de comunicación más potente. Entre todos los individuos conectados estamos produciendo nuestro propio relato coral de lo que pasa y los medios convencionales vienen detrás.* Stéphane M. Grueso (“Público”, 28 de mayo de 2011: 10). Se recupera así una comunicación que no está pensada y realizada para los medios (desde esas lógicas mediáticas que, según Gabilondo -2011-, ya son lógicas económicas instrumentales), que sale de adentro hacia a fuera y regresa. Pero se hace sin dejar de exigir que la realidad del 15-M siga siendo *reflejada* por los medios en la opinión pública<sup>74</sup>.

- Cambiar la mirada sobre la comunicación.

Creemos que esta cita de J.J.Millás lo explica con lucidez: *El pensamiento convencional no puede funcionar sin la idea del “detrás”, que es la variante paranoica del pensamiento jerárquico. El 15-M ha resultado, en fin, un puñetazo de horizontalidad en un mundo construido por cabezas verticales, y ello pese a que las empresas de vanguardia llevan tiempo ensayando distintas formas de relación horizontal con resultados excelentes. La cadena de mando, incluso sin necesidad de haber hecho la mili, se ha revelado como una cadena a secas, es decir, como una forma de esclavitud que, lejos de estimular el progreso, lo frena. Habrá que ver en el futuro cómo evoluciona esa horizontalidad, cómo se estructura (o se desestructura) y si es capaz de evolucionar sin verticalizarse. Si nos empeñamos en observar el fenómeno con la mirada de siempre, solo veremos lo que esperamos ver (Horizontalidad, “El País”, 17 de junio de 2011: 56).* Lo que nos lleva al tema de la participación social dentro y fuera de las ONGD.

- Cambiar la mirada sobre el mundo (social).

Como dice V.Verdú, el Movimiento 15-M representa el carácter de la nueva sociedad emergente, *nueva en la condición de sus sujetos como en su modelo de organización*

---

<sup>74</sup> Ya lo hemos citado, la falta de neutralidad de los medios de comunicación de masas es la quinta demanda de las personas integrantes en los Movimientos del 15-M, según un estudio realizada por la Fundación Alternativas (“Público”, 17 de julio de 2011, páginas 2,3 y 4).

*¿Falta de líderes? ¿Falta de programas concretos? Efectivamente. Lo característico del sistema naciente no serán los líderes políticos ni los programas demasiado escritos.*

*Si algo se aprende de los nuevos medios que forman las redes sociales es que tanto los amigos como las buenas ideas van tejiéndose al compás de la comunicación. Saber con precisión lo que se quiere es, cabalmente, un factor propio de los viejos tiempos. En la plasticidad de nuestras sociedades, modas y siniestros, parejas y parajes, profesiones y aventuras no se prestan a una terminante redacción" (...)*

*En suma, todas las críticas que se hagan a los movimientos del 15-M censurando sus ideas "flou", sus propósitos variantes o sus propuestas en granel, carecen de pertinencia. Son señal, ni más ni menos, de que no se ha entendido nada. Y no ya de ese interesante movimiento sino del actual movimiento del mundo (El movimiento del movimiento, "El País", 4 de junio de 2011:39).*

- Reconocer el valor de lo educativo.

*Ahora nos vamos –explicaba un concentrado a la hora de desmontar el campamento de la Puerta del Sol-, pero no importa porque volveremos en cualquier momento. Lo importante es que de aquí salimos distintos, porque el trabajo más importante es con nosotros mismos. Este es un proceso permanente de educación. No en vano uno de los eslóganes de sus marchas es: Caminamos despacio porque vamos lejos. Algo que enlaza de lleno con las propuestas de trabajar la comunicación de las ONGD y del Tercer Sector con planteamientos de educación y cultura, desde conceptos como los de *eficacia cultural* (Nos Aldas, 2007, 2010).*

## A MODO DE CONCLUSIÓN

Tres ideas principales:

- 1- En la sociedad global de la complejidad, el riesgo y la incertidumbre el conjunto de instituciones sufre una situación de *desanclaje* (Giddens). Esto sucede tanto a las ONGD como a los *medios* y al oficio periodístico. No en vano Gabilondo llama a *lograr que el periodismo se convierta en una profesión con encaje global* (2011). Pues bien, el anclaje institucional en el nuevo escenario pasa por el redescubrimiento de la figura del sujeto (como ser con dignidad, con capacidad de selección y de reinterpretación). Todas las instituciones sociales están hoy bajo sospecha y van siendo llamadas, unas antes que otras, a una metamorfosis (Morín). Se trata de una *(re)invención* que es de

fondo, no sólo tecnológica, que pasa por ponerse al servicio de los sujetos como creadores de sí mismos. El sujeto se presenta entonces como la resistencia más firme contra los aparatos y las lógicas instrumentales de consumo y de la gestión que nos amenazan.

- 2- Hoy parece posible esa reinención a través del *(re)encuentro* entre ONGD, *medios-periodismo* y sociedad. Todos estos aspectos deben tenerse en cuenta a la hora de encarar un necesario debate social público sobre el papel de los *medios* y del estilo de periodismo en la sociedad actual que debe producirse en conjunción con otros sectores sociales (educación, organizaciones y movimientos de acción social, administraciones públicas, etc.). Debate que seguramente deberá discurrir de modo paralelo a otros debates profesionales y corporativos de ámbito privado que la profesión periodística parece obligada a emprender.
  
- 3- Las ONGD son organizaciones *esencialmente* comunicadoras y educadoras – *laboratorios de solidaridad-*, por lo que deben ponerse a construir un modelo propio de comunicación que les distinga no sólo como organizaciones que gestionan y publicitan acciones de solidaridad, sino sobre todo como organizaciones de solidaridad, que es muchos más. Deben poner el énfasis en que en su interior se recreen nuevas formas de relación y convivencia social. Los Movimientos del 15-M especialmente, pero también otros *movimientos culturales*, ayudan a las ONGD a comprender que tienen sobre la mesa la necesidad vital de descubrir que estas obligadas a asumir que *son en sí mismas comunicación*. Es lo que llamamos *reinventarse desde la comunicación*.

## BIBLIOGRAFÍA:

- Burgui, T. y Erro, J. (Coords.) (2010): *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*. Pamplona. Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía.  
[www.comunicacionyciudadania.org](http://www.comunicacionyciudadania.org)
- Gabilondo, I. (2011): *El fin de una época. Sobre el oficio de contar cosas*. Madrid. Barral.
- Erro, J. (2010): “Comunicación, cooperación internacional para el desarrollo y ONGD: un modelo de trabajo desde la educación y la cultura”. En Burgui, T. y Erro, J. (Coords.) (2010): *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*. Pamplona. Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía. Páginas 139-178.
- García Roca, J. (2010): “Acción social y comunicación”. En Burgui, T. y Erro, J. (Coords.) (2010): *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*. Pamplona. Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía. Páginas 25 a 50.
- Lipovetsky, G. (1994): *El crepúsculo del deber. La ética de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona. Anagrama.
- Marí, V. (2011): *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnología de la información desde una perspectiva de cambio social*. Adrid. E. Popular.
- Martín-Barbero, J. (2003): *La educación desde la comunicación*. Bogotá. Norma.
- Martínez R. y Lubetkin, M. (Coords.) (2010): *Comunicación y Desarrollo, pasos hacia la coherencia*. Zamora. Comunicación Social.
- Morin, E. (2011): *La Vía. Para el futuro de la humanidad*. Barcelona. Paidós.
- Nos Aldas E. (2010): “Comunicación, cultura y educación para la solidaridad y el desarrollo. Un análisis desde el discurso”. En Burgui, T. y Erro, J. (Coords.) (2010): *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*. Pamplona. Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía. Páginas 113-136.
- Nos Aldas E. (2007): *Lenguaje publicitario y discursos solidarios. Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?*. Barcelona. Icaria.
- Ortega, F. (Coord.) (2006): *Periodismo sin información*. Madrid. Tecnos.
- Rincón, O. (2006): *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona. Gedisa.
- Scolari, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona. Gedisa.
- Sierra, P. (2006): *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. Barcelona. Gedisa.
- Touraine, A. (2011): *Después de la crisis. Por un futuro sin marginación*. Barcelona. Paidós.
- (2009): *La mirada social. Un marco de pensamiento distinto para el siglo XXI*. Barcelona. Paidós.
- Touraine, A. y Khosrokhavar, F. (2002): *A la búsqueda de sí mismo. Diálogo sobre el sujeto*. Barcelona. Paidós.

## ¿Cómo sentimos la (in)justicia? Reflexividad emocional en las campañas sobre pobreza global y derechos humanos

*Vanesa Saiz Echezarreta<sup>75</sup>*

Afrontar el reto ético y político que suponen la pobreza, las desigualdades y las violaciones de derechos humanos en la sociedad global contemporánea reclama un cambio profundo de los escenarios mediatizados en los que estas cuestiones adquieren forma como asuntos de responsabilidad colectiva, dotados de una dimensión moral ineludible.

La denuncia de un orden social injusto es el núcleo de una de las formas de protesta contemporánea que articulan esta dimensión moral de la ciudadanía en las sociedades actuales. Así mismo, ésta define el horizonte de preocupaciones de la comunicación para el cambio social y la cooperación internacional.

En las sociedades democráticas, la relación con el orden social y los valores compartidos, así como su movilización en la esfera pública, requiere de los ciudadanos, no sólo un conjunto de argumentaciones e identificación con intereses comunes, sino además cierto grado de vinculación afectiva con dicho orden y con los valores que lo constituyen, entre ellos la justicia y la solidaridad.

Nuestra reflexión acerca de los escenarios comunicativos de la cooperación parte de la idea de que las emociones son centrales en la construcción del sentido de (in)justicia. Todos los discursos en torno a la cooperación implican una propuesta afectiva que incide en la percepción sobre el orden social contemporáneo como una instancia injusta y desigual que es posible cambiar, al tiempo que proponen una explicación sobre este orden y un vínculo emocional entre los actores socio-políticos implicados. Dicha propuesta se traduce en forma de relatos paradigmáticos que, por supuesto, no siempre están contruidos del mismo modo, ni con la misma orientación estética, política, ni axiológica.

---

<sup>75</sup> Doctora en la Facultad de Periodismo de Cuenca en la UCLM. Especialista en Semiótica y Análisis Sociocultural de la Comunicación.

Hace ya décadas que se describió el desarrollo como una de las grandes narrativas contemporáneas (Escobar, 2005; Rist, 2002), un relato con agentes, tramas y acciones que, a través de sus distintas versiones, articula un universo de sentido y un horizonte de acción, más o menos coherente, sobre el mundo injusto que habitamos y sobre cómo podría transformarse.

Conceptualizamos estos relatos compartidos como tópicos. Estas tópicos describen diferentes modos de transmitir qué sucede ante las representaciones del sufrimiento a distancia, qué explicaciones le damos y, sobre todo, cómo reaccionamos antes ellas. Sirven para hacer comunicables, poner en común, las experiencias emocionales suscitadas y diseñan sensibilidades comunes, relativamente estables (Boltanski, 1990, p. 87), sobre las cuales basar acuerdos entre personas que se reconocen como parte de una misma comunidad afectiva y axiológica como, por ejemplo, las comunidades que se delimitan en torno a las ONGD.

De la propuesta de Boltanski (2000), que hemos analizado detenidamente en otro lugar (Saiz Echezarreta, 2010), destacamos aquí dos tópicos o relatos contrapuestos que nos sirven de guía para el análisis: la tópica sentimentalista y la tópica de la denuncia.

La tópica sentimentalista ha operado como modelo hegemónico durante las últimas décadas y es ampliamente reconocible en los discursos de las ONGD, su relato consiste en la caracterización de la cooperación como una acción benevolente. La escena típica la componen el personaje del benefactor enternecido ante el sufrimiento que se decide a efectuar una acción compasiva, mediante la que atiende –rescata- al personaje de la víctima quien, gracias a dicha acción, se convierte en el infeliz agradecido. Se reconstruye la relación de ayuda, el acto caritativo y se simpatiza con el sentimiento de gratitud que siente el infeliz, siempre derivado de la intervención del sujeto benefactor.

La disposición afectiva<sup>76</sup> principal –no única- que moviliza este tipo de relatos es la compasión, una emoción que adquiere forma y se traduce al espacio público a través de la expresión sincera y auténtica que brota del interior de los benefactores como un rasgo de su carácter moral, propio de la naturaleza básica de todo ser humano. La expresión de dicho

---

<sup>76</sup> Definimos una disposición afectiva como un hábito o experiencia de los sujetos en el espacio social, en el que quedan ligadas las emociones y las creencias. “Las emociones están vinculadas con la cognición no sólo en un sentido unidireccional, de la creencia a la emoción, sino que operan en un doble sentido porque, si bien una creencia puede provocar una emoción, también parece cierto que sentir una emoción y tener una disposición afectiva puede hacer emerger, estimular, crear y reforzar una creencia (Frijda & Mesquita, 2000, p. 45). En las disposiciones afectivas se ligan los juicios morales con la narratividad al incorporar valores, definir objetos, incidir en las identidades y comunidades, proponer trayectorias y orientaciones para la acción y se comparten mediante vocabularios, relatos, representaciones y prácticas corporales que operan como expresiones emotivas (Saiz Echezarreta, 2012).

estado emocional no hace referencia tan sólo a una experiencia personal sino que remite a lo que suscitaría en cualquier ser sensible, es decir, en cualquier ser humano la contemplación del mismo o similar sufrimiento. Así, la emoción solidaria se puede equiparar al instinto; por ejemplo, en un spot de Acción contra el hambre se preguntaba: “Existe el instinto de dar de comer ¿no lo sientes?” Es decir, ser compasivo es reconocer en el propio interior una emoción que ya existe y que cuando se moviliza nos desborda, no podemos controlarla, nos hace enterrecernos, llorar, etc. Pero, como decimos, la compasión no opera sola, su activación puede precisar de otras emociones: la pena, la culpabilidad, la indignación.

Este discurso habla de un ser sensible y un ser moral que recibe el sufrimiento de otros como causa frente a la que actuar. Como toda disposición afectiva, el sentimentalismo incorpora una disposición a la acción. ¿Cuál es en este caso? La acción que se persigue en esta tónica es la de eliminar la distancia que nos separa de los otros, tanto de los infelices como del resto de sujetos solidarios. En otros términos, se trata de la construcción de una esfera de intimidad, de una forma de socialidad que delimita un espacio público específico.

Por su parte, la tónica de la denuncia, que veremos con detenimiento más adelante, dibuja otra escena con otros personajes y promueve otro tipo de disposición afectiva. En este caso, la atención no es la acción benevolente sino que el centro se orienta hacia la atribución de responsabilidad, para ello es necesario identificar a otros personajes, fundamentalmente, las víctimas y los causantes del daño. En este relato se moviliza la indignación como horizonte afectivo, del que participan tanto la víctima como el sujeto de la acción solidaria que, además, acusa a los actores responsables y exige reparación. En este caso, la emoción no se expresa como un reflejo incontrolado de la interioridad, sino como una afectividad razonada fruto de una evaluación, hasta cierto punto distanciada e imparcial de la situación que causa la indignación.

Ambas opciones, emergen del reconocimiento de un sufrimiento evitable, lo que presupone el rechazo de una posición de resignación e inacción a priori, aunque en el repertorio emocional subsiguiente no se descarten emociones como la indiferencia o el sentimiento de impotencia.

Cabe señalar además que un discurso construido sobre la tónica de la denuncia, y cuyo primer movimiento es la indignación, no tiene porqué obstaculizar, ni negar la reacción compasiva. Por otro lado, un relato sentimentalista puede presuponer en su origen cierta indignación, sin embargo que esta haya sido desviada, ignorada o no adquiriera la suficiente relevancia frente



al enternecimiento y la gratitud, en cuyo caso la atribución de responsabilidad es difusa o ni siquiera se efectúa.

Hemos escogido dos campañas de Intermon-Oxfam para ilustrar estas dos tópicas y demostrar que no hay una adscripción fija de estos relatos a un tipo concreto de organización, ambas han convivido, aunque la tópica sentimentalista ha sido hegemónica. No todas las representaciones de las campañas recogen el relato completo, pueden tematizar una parte de la trama, un personaje, si bien las escenas representadas adquieren sentido en relación a la tópica de referencia. En el primer caso, está tematizada la disposición afectiva de la compasión como carácter moral; empleando la metáfora del espejo, un varón busca en su reflejo conectar con su interioridad en la que se supone habita el sentimiento solidario espontáneo que será origen de la toma de conciencia, del vínculo con el mundo, con las víctimas y con la acción transformadora<sup>77</sup>. En el segundo caso, la disposición afectiva propuesta es el asco moral, la indignación frente al orden social injusto, ejemplificado en las normas de comercio internacional, con un responsable directo: la Organización Mundial de Comercio. El relato presupone que, en caso de admitirlo y adherirse a él, la indignación estará provocada por un acuerdo sobre lo injusto de dichas reglas, lo que implica que estas habrán sido evaluadas previamente (no tiene porqué evaluarlas el lector, sino que dará por bueno el criterio del mediador experto), una posición que reclama cierto control afectivo, contención y toma de distancia para llevar a cabo la evaluación. No obstante, esta posición controlada no resta intensidad a la propuesta afectiva realizada en la campaña dado que el asco es una emoción con una fortísima carga corporal, sensorial.

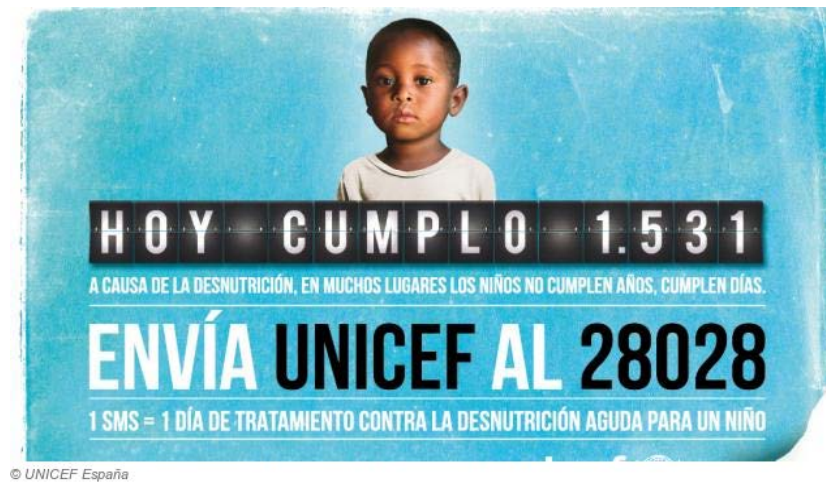
---

<sup>77</sup> No podemos abordar aquí el lugar que ocupa la organización como mediadora experta tanto de ese sentimiento moral como de la acción solidaria, hemos desarrollado esta idea en otro lugar (Saiz Echezarreta, 2008).

Fragmentos de campañas Intermón Oxfam	
 <p>OMC LAS REGLAS QUE PROMUEVE SON <b>INJUSTAS</b> ESTO DA ASCO</p> <p>Intermón Oxfam COMERCIO CON JUSTICIA</p>	 <p>Dentro de ti hay S LIDARIDAD</p> <p>Intermón Oxfam Soy IO</p> <p>Dentro de ti hay IO, hay Intermón Oxfam</p>
<b>Campaña recogida: 2007</b>	<b>Campaña recogida: 2003</b>

Sin duda, cada vez es más complicado identificar lugares comunes desde los que ofrecer explicaciones causales de la pobreza, el hambre y las violaciones de derechos humanos – fenómenos que reclaman una explicación multicausal y contextualizada y no expresiones vagas, apenas esbozadas como “las verdaderas causas”. Tampoco es fácil identificar soluciones generales ante las injusticias globales, entre otras razones, porque la esfera pública se ha globalizado y es posible confrontar visiones hasta ahora aisladas; ya que, admitiendo todas las limitaciones, ha aumentado el conocimiento mutuo y la interacción entre los sujetos enriquecidos y empobrecidos. Sin embargo, nuestra hipótesis es que en los discursos sobre cooperación todavía hoy la tópica sentimentalista tiene un peso fundamental en la construcción de nuestros imaginarios y configura un entramado afectivo estable. Esta disposición afectiva perdura pese a ciertas transformaciones de tipo tecnológico, estético e incluso informativo. Es decir, una campaña que haga un uso intensivo de la web social, con una estética novedosa y apostando por un caso “hipercontextualizado”, frente a la retórica

generalista clásica del “tercer mundo” como conjunto; sin embargo, no tiene porqué estar rompiendo con las sensibilidades hegemónicas y seguir movilizando un modelo de sentimiento moral clásico, por ejemplo, el de la simpatía compasiva propia de la jerarquía: sujeto infeliz agradecido versus ciudadano benefactor. Siempre con matices, desde nuestro punto de vista, campañas que responden a ello son, desde perspectivas diferentes: Malik de Médicos Sin Fronteras o Somos de una alianza de ONGD. El constante debate que ha habido al respecto durante los últimos años ha transformado las representaciones y los discursos sobre la pobreza, pero eso no significa que hayan dejado de utilizarse, como podemos observar en la última campaña de Unicef, en relación con la que se publicaba 13 años antes<sup>78</sup>.



Unicef 2013 y Unicef 2009



<sup>78</sup> La tozuda persistencia de estos marcos de sentido y relatos ha sido analizada recientemente en Reino Unido en el interesante informe Finding frames. New ways to engage the UK public in global poverty (Darnton & Martin, 2011). Los autores concluyen que la ciudadanía comprende y se relaciona con la pobreza de modo similar a como lo hacía en la década de 1980 y plantean la necesidad urgente de revisar los marcos y encontrar nuevos modos de afrontar la implicación.

Si nos ocupamos de las tópicas como relatos es porque los relatos, delimitados culturalmente, contienen y nos enseñan formas de sentir y de vivir. Martha Nussbaum explica que “las emociones, a diferencia de muchas de nuestras creencias, no nos las enseñan directamente por medio de afirmaciones proposicionales, abstractas o concretas, sobre el mundo. Nos las enseñan, sobre todo, mediante relatos. Los relatos expresan su estructura y nos enseñan su dinámica. Estos relatos son contruidos por otros, y después, son enseñados y aprendidos. Pero, una vez interiorizados, conforman el modo en que se siente y se contempla la vida”(Nussbaum, 2005, p. 515). Así pues, sostenemos que los relatos sobre la cooperación y desarrollo construyen en primer lugar y después invocan (y refuerzan) la experiencia una manera de sentir la justicia, y de ese modo, participan de la vida emocional -y política- de las sociedades contemporáneas.

Las emociones, dada su naturaleza cognitivo-narrativa, constituyen patrones que pueden desentrañarse, es decir, que si los sujetos hemos aprendido un tipo de repertorio emocional o afectivo, podemos llegar a desaprenderlo, esto es, desarrollar una labor deconstructiva del universo emocional. De esta manera, para Nussbaum (2005), la crítica a una determinada emoción o a un repertorio afectivo consistirá en la “desescritura” de los relatos que la configuran y vehiculan, de aquellas tramas sustantivas y géneros instituidos como paradigmáticos.

Un cierto tipo de relato va a mostrar o representar una emoción pero, de igual forma, la emoción misma va a suponer la aceptación, el consentimiento de vivir conforme a un cierto tipo de relato (Nussbaum, 2005, p. 516). No se trata sólo de que nuestra experiencia pueda organizarse narrativamente, sino que la interiorización de lo socialmente aprendido, como las emociones, nos inscribe en ciertos relatos, aunque éstos sean múltiples.

Si tener una emoción significa, principalmente, aceptar un cierto tipo de relato, nos interesa analizar cómo en el campo específico de las ONGD conviven distintas disposiciones afectivas que articulan relatos sobre el orden social.

Existe una dinámica entre las sensibilidades hegemónicas y alternativas que afecta a los escenarios comunicativos generales de la cooperación. Ya hemos apuntado que nuestra hipótesis es que durante las últimas décadas en España ha habido una disposición afectiva hegemónica construida en torno a la solidaridad compasiva; sin embargo, parece que hoy se están abriendo espacios a nuevas disposiciones que se alejan del relato solidario típico que ha guiado la representación del sufrimiento a distancia en las campañas de las ONGD. Esta nueva sensibilidad, que activa la tónica de la denuncia, recupera ciertos referentes que habían sido

desplazados por su carga política -como el de la justicia social- y moviliza emociones básicas en todos los movimientos sociales, dotándolas de nuevos sentidos y relaciones, como sucede con la indignación.

Es difícil hoy pensar en la comunicación, la educación y las estrategias de movilización ciudadana en torno a las injusticias globales sin tomar en consideración, seriamente, las emociones que operan al respecto en la esfera pública. Se ha discutido mucho sobre el carácter emotivista de los discursos de las ONGD y, en general, de todos aquellos que se ocupan de la representación del sufrimiento a distancia; no obstante consideramos que la discusión sobre la emociones en el campo de la comunicación para el cambio social no ostenta el lugar que debería. La dimensión emocional debe considerarse un eje articulador fundamental en la construcción de los escenarios comunicativos a través de los que se dirimen los asuntos públicos, lo que implica superar la crítica simplificada al emotivismo.

Con esta intención, nos gustaría continuar esta reflexión a través de un enfoque atento, principalmente, a dos cuestiones: primero, al vínculo afectivo implícito en nuestra participación como ciudadanos en el orden social y, segundo, a las dinámicas de reflexividad emocional propuestas desde los movimientos sociales y, en este caso, desde las ONGD.

Partimos de la idea de que las emociones son constitutivas de las relaciones de justicia e injusticia. Salomon (1995) afirma que creer en un mundo justo es un asunto profundamente emocional, en el que está implicada una compleja red de afectos, una manera de participar en el mundo, al mismo tiempo personal y colectiva, puesto que si no existieran esos sentimientos el sentido de justicia sería tan sólo una serie de pensamientos abstractos que no lograrían comprometernos. “Justice is not, first of all, a set of principle or policies; it is first of all a way of participating in the world, a way of being with other people, a set of feelings of affection and affiliations that link us –not through *reason* with other people. Without the cultivation of these feelings –and some of them are by no means attractive- the principles of justice are nothing but abstract ideals, and the policies that would make us just, however justified, seem overambitious and even irrelevant, but in any case unsuited for application in *the real world*, people being- as cynics and skeptics of all varieties so readily remind us – the way they are” (Solomon, 1995, p. 32).

En esta construcción del sentido de justicia están implicadas muchas emociones, ya dijimos que la más reconocida y utilizada en las campañas de las ONGD ha sido la compasión concebida como solidaridad, pero también se moviliza el amor, la alegría, la esperanza ante la posibilidad de crear un mundo más justo, el entusiasmo y el orgullo por la participación en

identidades compartidas y acciones colectivas. Sin embargo, la disposición afectiva que configura todo sentido de justicia no se construye únicamente sobre la base de emociones positivas, sino que estas interaccionan junto a las emociones negativas para crear un balance, una valencia que orienta la disposición y le otorga además un cierto grado de intensidad (Jasper, 2012). Por ello, en el sentido de (in) justicia intervienen también emociones con valencia negativa como la indignación, y algunas otras muy potentes como la vergüenza, el miedo, la ira, la humillación, el asco moral o el resentimiento.

De esto no se deriva que sea posible determinar una serie de emociones justas – correctas- que como buenos ciudadanos deberíamos sentir. La “emoción justa” no existe ni como modo de definir una disposición a la justicia ni, por supuesto, como respuesta suficiente frente a las injusticias y las desigualdades. La justicia no se traduce en experimentar una clase correcta de sentimientos (Ahmed, 2004, p. 195). Esta idea equivaldría, por un lado, a perpetuar una distinción inadecuada entre emociones dotadas o no de una dimensión política y legitimadas para guiar la acción social; por otro, a considerar el sentimiento como un a priori, origen del sentido de justicia, cuando más bien este sentido de justicia –como recuerda Ahmed- es un producto a posteriori del conjunto de prácticas, no sólo afectivas, de hábitos que, en su hacer performativo, logran estabilizarlo como una disposición afectiva reconocible en el espacio público.

Por esto, no proponemos analizar los efectos políticos de las emociones, ni su corrección o inadecuación al espacio público desde un punto de vista normativo, sino queremos aproximarnos a una política de la emoción (Ahmed, 2004). Es decir, comprender que las relaciones afectivas que mantenemos con las normas sociales responsables de generar desigualdades inciden en la perpetuación de dicha desigualdad (Ahmed, 2004). Plantar cara a la injusticia significa entonces, tanto modificar esas normas sociales, como subvertir las emociones ligadas a estas. De otro modo, cambiar el relato.

Esta hipótesis enfatiza un aspecto a menudo negado: la conexión entre las normas sociales y las “economías de los afectos” que sostienen dichas normas (Sarah, 2004)<sup>79</sup>, esto es, como los afectos circulan y se distribuyen en nuestras sociedades. Esta concepción de las

---

<sup>79</sup> Frente al lenguaje común que habla en términos sustanciales de las emociones como cualidades o características y también como objetos (“tengo un sentimiento”, “esto es algo triste”, etc.), Ahmed propone fijarse en el modo en que las emociones involucran y vinculan a los sujetos y a los objetos sin tener que residir positivamente en ellos. Observar las emociones desde la economía de los afectos quiere decir verlas más como una relación que como una sustancia. Así, según la lógica de las economías de los afectos, en el espacio público las emociones colectiva no habitan positivamente en ningún cuerpo, ni en ninguna cosa, sino que los sujetos son punto nodales de dicha economía más que su origen y su destino (Sarah, 2004, p. 121).

emociones como disposiciones afectivas no las caracteriza como fenómenos individuales de orden psicológico, sino que las concibe como fenómenos colectivos con sentido, construidos en marcos socio-políticos particulares y que cristalizan en representaciones, relatos y prácticas en la esfera pública mediatizada.

Las ONGD, a través de sus campañas, participan de estas economías de afecto e inciden en la estabilización de sensibilidades comunes en relación a las concepciones y las prácticas de la justicia social. El discurso sentimentalista sobre el desarrollo, por ejemplo, ha facilitado la distribución asimétrica y jerarquizada en el espacio público de afectos como la compasión, la felicidad, la gratitud, la resignación, etc. Convencionalmente ha sido un privilegio de los ciudadanos morales sentir compasión, un afecto nunca asociado a las víctimas<sup>80</sup>. Por tanto, si la tópica obstaculiza la aparición de otros repertorios afectivos, estas economías de afectos se reifican y permiten mantener la hegemonía de unas versiones del orden social frente a otras.

En términos prácticos esto significa que una campaña puede hacernos sentir (o bloquear la posibilidad de ello) que como ciudadanos existen pérdidas o ganancias en relación a ciertas normas. Pero ¿cómo sentir qué estoy perdiendo algo cuando una norma injusta no me afecta de modo directo?, o ¿cómo afrontar qué estoy ganando algo mientras perdura cierta norma? En todas estas cuestiones subyace otra de fondo: cómo me vinculo afectivamente a través de estas normas con el resto de sujetos que participan del orden social global y que también sufren o se benefician de esta distribución de poder. Desde este punto de vista, en nuestra opinión, uno de los objetivos más radicales de la comunicación para el cambio social sería hacer sentir qué perdemos algo en nuestra vida al mantener las relaciones de injusticia, más aún, que como individuos nos falta algo de nuestra propia dignidad si no luchamos y garantizamos la dignidad del otro, como advertía Levinas.

Por tanto, lejos de denostar o criticar una campaña de comunicación sencillamente por su emotividad, habría que profundizar acerca de qué disposición afectiva está movilizando con su relato y cómo se inserta en los conflictos socio-políticos; porque, lo haga de un modo estratégico o no, está operando como un espacio de educación sentimental, que ofrece

---

<sup>80</sup> A través de la expresión de la “metafísica de la interioridad”, la emoción compasiva se despliega –como reacción humana normal- para cumplir una importante función social: imponer una supuesta reciprocidad del sentir humano sobre un patrón esencialmente asimétrico que distingue entre sufrientes y solidarios. De ahí que, el intento de la emoción amorosa –y compasiva- de garantizar la reciprocidad aludiendo a la dignidad y humanidad compartida sea inestable y fallido debido a la lógica narcisista en la que ésta se inserta y que, en cierto grado, ignora el orden social en el que la relación se inserta.

orientaciones éticas y políticas sobre nuestro orden social y los modos de posicionarnos en él y que participará de esta manera en su perpetuación o subversión.

Volviendo sobre los retos que plantean los nuevos escenarios comunicativos en la cooperación internacional nos parece que, por las razones antes expuestas, la conexión entre las emociones y el sentido de la (in)justicia debería ser uno de ellos. ¿Qué emociones están siendo promovidas para la configuración de un sentido de justicia global? ¿En qué modos? ¿Con qué efectos? ¿Qué repertorio afectivo se despliega en las representaciones y los relatos de las ONGD?, ¿qué propuesta de vínculo afectivo con el orden social proponen a la ciudadanía?

Desde este punto de vista, lo central es analizar si la disposición emocional que movilizan las campañas facilita la reproducción de las normas que mantienen las estructuras de poder desiguales o, por el contrario, establece una ruptura con ellas.

#### **NUEVOS REPERTORIOS AFECTIVOS**

Estamos asistiendo a un cambio de tendencia, el discurso de las ONGD se está trasladando de la hegemonía del sentimentalismo compasivo a la exigencia indignada de justicia social, de la “comodidad” de la compasión solidaria al posicionamiento político de la exigencia. Un cambio que será aún más notorio en España cuando se consolide la influencia que ha tenido el movimiento 15-M (Nos Aldás, Irazo, & Farné, 2012). Este cambio también parte de una reflexión que lleva años gestándose desde las propias organizaciones, la academia, y también está impulsado por la nueva geopolítica y el diálogo activo que se ha establecido con las poblaciones receptoras de las ayudas de cooperación a través de las nuevas tecnologías, entre otros factores.

La tónica de la denuncia y la indignación como disposición afectiva de la justicia siempre han estado presentes en los movimientos sociales y en el ámbito de la cooperación, sin embargo durante los años de gestación y consolidación de la solidaridad como valor de mercado y de la despolitización de las ONG permanecieron en espacios más fronterizos y marginales, frente a las posiciones dominantes de la cultura de la solidaridad.

Actualmente esta disposición afectiva y el relato de denuncia que le acompaña se están incorporando al discurso público y articulándose de modos muy diversos, produciendo



un cambio de sensibilidad al que sigue un cambio de narrativas (y viceversa). Las ONGD animadas, como decimos, por movimientos sociales como el 15M y por el contexto de crisis empiezan a reivindicar una transformación hacia la protesta, la interacción y la construcción en red de contrapúblicos (Fraser, 1993), que viene acompañada de un cambio en los repertorios afectivos en sus políticas comunicativas.

Uno de los orígenes de este nuevo giro en la comunicación para el cambio social fue la aprobación de los Objetivos del Milenio (ODM) en 2000, que propone un horizonte compartido global de retos para instituciones públicas y organizaciones. Desde el punto de vista comunicativo, los ODM servirán para articular campañas, proponiendo un diagnóstico común del contexto actual y criterios para su evaluación. Una de las primeras campañas internacionales en adaptarse al nuevo modelo y dar voz a un movimiento de resistencia globalizado fue: “Make poverty history”.

También en España, las ONGD, cada vez mejor articuladas con redes internacionales, utilizan progresivamente con mayor frecuencia recursos y estrategias propias de la tónica de la denuncia en el marco de los Objetivos del Milenio. Como hemos apuntado más arriba, la denuncia dibuja un recorrido alternativo -narrativo, argumental, afectivo y axiológico- ante la contemplación del sufrimiento a distancia, aunque comparte con la tónica sentimentalista la compasión como impulso catalizador. Su principal característica es que pone en juego la indignación como disposición afectiva desde la que evaluar la situación injusta y que focaliza el discurso en los responsables: ya sean sujetos –individuales o colectivos- o en normas e instituciones.

Frente al estilo solipsista del narcisismo, habitual en el relato sentimentalista hegemónico, el discurso de la denuncia es explícitamente dialógico al adoptar la forma de la controversia (Boltanski, 2000, p. 103), puesto que incorpora como elemento imprescindible la confrontación y el conflicto entre diversas visiones del mundo. La indignación opera en esta tónica no sólo como una emoción que inunda a los sujetos, como sucedía con la compasión sentimentalista, sino que además, y principalmente, actúa como una disposición para la acción. Tiene una orientación pragmática que pone en cuestión la figura del espectador inactivo, condenado a la paralización frente a un sufrimiento lejano o cuya acción queda restringida a la mediación experta de la ONGD.

En la denuncia, la compasión, según Boltanski (2000), se transforma, ya no se deja llevar por la sensación de impotencia y saturación emotiva ante la experiencia dolorosa de la contemplación, sino que actúa porque “se dota de las armas de la cólera”. La relación que la

denuncia establece entre indignación y cólera abre un espacio emocional que la aleja del dulce estado de las pasiones amables y confortables que caracterizan la tónica sentimentalista e incluye experiencias afectivas propias de una emoción incómoda e intensa como la ira, el enojo y la vergüenza. Este tipo de emociones “incómodas” hacen hincapié en nuestra relación afectiva con las normas sociales a través de la acusación de su injusticia, y además tienen una mayor vocación de intervención directa, en relación a otros afectos que pueden atenuarse y reconducirse con mayor facilidad.

En este relato, la vinculación entre el espectador feliz y afortunado y el sujeto que sufre el daño se construye a partir del resentimiento e indignación que ambos sienten hacia las instancias responsables de una situación dolorosa que se considera injusta y, por tanto, evitable. La búsqueda de explicaciones causales convierte la responsabilidad en el eje central y reclama una argumentación pública y política (Boltanski, 2000, p. 103) basada en pruebas y porqués que la doten de eficacia y legitimidad.

¿Desde donde se lleva a cabo dicha argumentación? Al contrario que en el sentimentalismo, no es suficiente la voz que emerge del interior guiada por la naturaleza propia de todo ser humano, sino que se produce un desplazamiento, hasta cierto grado, hacia una posición imparcial y distanciada, esto es, tomar en consideración un horizonte de valores y normas compartidas en el espacio público desde las que legitimar la denuncia mediante la explicación causal y la argumentación probatoria. Se debe renunciar a la descripción de los estados interiores de ánimo frente a la infelicidad de los otros (la supuesta autenticidad de la emoción no es suficiente) y en su lugar se tienen que dar pruebas de la realidad del sufrimiento para sostener un discurso acusatorio aceptable. Es necesario dejar el campo de la interioridad para desenvolverse en el mundo externo y ocuparse de los objetos, los sujetos y sus relaciones. Esto no implica elaborar un discurso desapasionado sino cambiar la disposición afectiva, posicionarse de otra forma en la economía de los afectos.

Si la búsqueda de adhesión que se persigue mediante la denuncia de normas sociales injustas precisa justificaciones sostenidas sobre valores comunes, no parece suficiente que los argumentos sean autoreferenciales y aludan tan sólo a la autoridad moral del mediador y a su “carácter” humano. Esto no significa que se nieguen los espacios de intimidad y los vínculos afectivos, sino que se construyen de otro modo.

En este caso, la disposición afectiva pone su foco en las normas sociales a través de la atribución de responsabilidad y en las posibles acciones para su transformación. Por eso, el relato que adopta la tónica de la denuncia es el de la investigación o la pesquisa, un discurso

que “se presenta, al mismo tiempo, como indignado y minucioso, emotivo y factual”. La tónica de la denuncia abandona la indignación para convertirse en una investigación (Boltanski, 2000, pp. 104-105); dicha investigación debe atender a la exterioridad, al espacio compartido, y dejar de lado la indagación sobre los estados interiores auténticos propios del narcisismo. No obstante, pervive en este relato el espacio para un sujeto moral que se emociona y compadece desde otras posiciones, no sólo la del feliz benefactor afortunado.

Ejemplo de este modelo lo encontramos en la campaña antes mencionada de Intermón Oxfam sobre las reglas de comercio internacional y en otra más reciente de la misma organización: CRECE. En uno de los folletos de la campaña se puede leer: “Acaparado. Esto de acaparar no acaba de sonar bien, ¿no? Suena a todo esto es mío, y tú te quedas con casi nada... En definitiva a desigualdad. Por desgracia esta palabra es una de las causantes de la injusticia alimentaria en nuestro planeta”. La campaña remite a una norma y una práctica económica injusta y la pone en relación con emociones que nos resultan reconocibles, el egoísmo se conecta con la situación internacional al continuar: “En países como Guatemala la inversión nacional y extranjera lleva años acaparando gran cantidad de tierras para cultivar palma africana y caña de azúcar”.

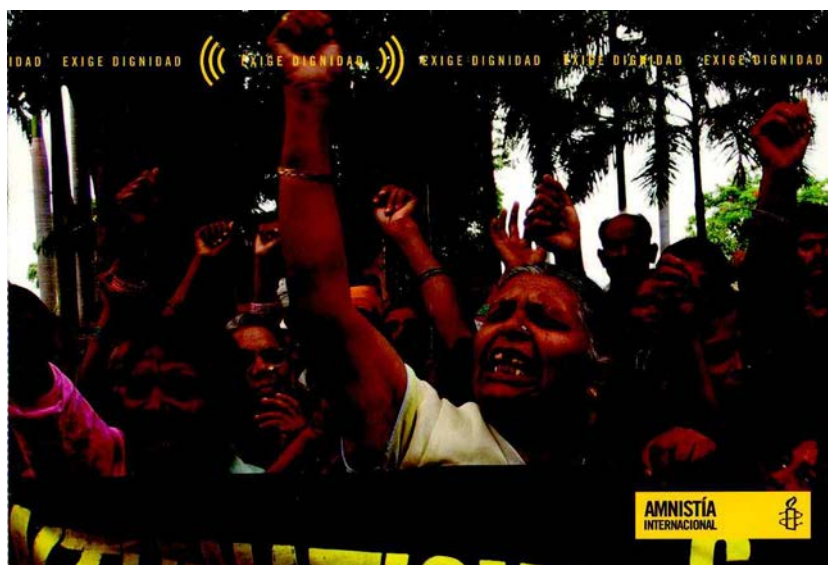


Intermon Oxfam (2012)

Dentro de la tónica de la denuncia también se encuentra la campaña “Exige dignidad”, lanzada por Amnistía Internacional en el 2009, cuyo principal objetivo es modificar el marco del debate sobre la pobreza y la cooperación, para ello se reapropia de ciertos términos e ideas comunes sobre la solidaridad y trata de resignificarlos y densificarlos. El punto de partida de la campaña es la idea de que la pobreza es una condición que propicia las violaciones de derechos humanos y aumenta la vulnerabilidad de las personas y que, al mismo tiempo, las violaciones de derechos humanos generan y profundizan situaciones de pobreza. Por ejemplo, en uno de sus materiales publicitarios se afirma: “Tú no necesitas que Amnistía Internacional te dé cifras sobre la pobreza en el mundo, pero sí saber que la protección de los derechos humanos es una pieza esencial en

cualquier solución a la pobreza”.

La pobreza en esta campaña se asienta sobre conocimientos compartidos, pero deja de ser un tema técnico y se convierte en un problema político, de gobernanza. Por esta razón, la representación de la pobreza que está implicada requiere de una interpretación compleja, que no resulta evidente en una primera lectura y que reclama argumentos: “Quienes viven en ella (la pobreza) no hablan de tener 1 o 2 euros diarios. Hablan de si sus hijos e hijas pueden ir a la escuela o de si esta será demolida. Del miedo a la violencia, a que les traten como a criminales o a que se les excluya de las decisiones. De arrestos arbitrarios, de perder sus medios de vida, de sufrir marginación, de no tener acceso a la justicia. Estas personas hablan de cómo su vida implica privación, inseguridad, exclusión y falta de voz”. Uno de los aspectos que destacan en esta campaña es su complejidad afectiva, en este caso, no hay una distribución al uso de las emociones y el foco del relato se desplaza para poner en primer plano emociones de los otros que quizá no son tan habituales y, sobre todo, casi nunca se presentan contextualizadas. Las víctimas tienen miedo, se sienten humilladas e inseguras por acciones injustas que tienen responsables. También hay que destacar, en todos los materiales de campaña, un uso de las imágenes muy diferente al conocido, con representaciones alternativas, por ejemplo, en este caso, la de unas mujeres activas en un acto reivindicativo, acompañadas también de compañeros varones.



Amnistía Internacional 2011

**REFLEXIVIDAD EMOCIONAL**

Todo movimiento social establece una forma de sentir el mundo a través de la que construye una de sus versiones posibles y, en este sentido, “puede dejar una forma de sentir el mundo sobre la cual puedan constituirse los movimientos posteriores”(Jasper, 2012).

Las representaciones y los relatos de las campañas de comunicación que persiguen la justicia social, no sólo tienen que mostrar y denunciar las situaciones de injusticia, sino que tendrían que establecer, además, las condiciones de posibilidad para su reparación, recuerda Sarah Ahmed. Una de las herramientas para lograrlo podría ser la incorporación de la reflexividad emocional (King, 2006) como punto de partida estratégico en la elaboración de las campañas y, por tanto, como parte del modo en que las organizaciones participan en la construcción de una disposición afectiva orientada a la denuncia del orden injusto y su transformación.

Nuestra propuesta entiende la reflexividad emocional como unión de varios fenómenos (King, 2006; Schutz & Zembylas, 2009; Brown & Pickerrill, 2009). En primer lugar, la comprendemos como la capacidad de reconocer –identificar y nombrar- emociones colectivas. Desde el momento en que somos capaces de dar expresión e identificar nuestras emociones, estas comienzan a operar como guías para ofrecer sentido y actuar en el espacio público.

En segundo lugar, la reflexividad emocional implica tener herramientas para procesar las emociones, interpretarlas con cierto grado de conciencia, esto es, evaluarlas desde la racionalidad práctica, efectuando para ello un desplazamiento desde lo particular (íntimo) hasta una posición que contempla un horizonte social común. Reflexionar sobre las emociones compartidas ayudaría, por ejemplo, a identificar el conjunto de baterías de sentimientos morales con polos positivos y negativos que conforman una disposición y orientan la acción. Podría iluminar la complejidad emocional frente a la reducción simplificadora de patrones afectivos que, en realidad, están al servicio del mantenimiento de economías afectivas ligadas a estructuras de poder concretas.

Incluir explícitamente la reflexividad emocional en el marco de las campañas permitiría, por una parte, abrir un nuevo enfoque en el debate sobre la transformación de las prácticas comunicativas hegemónicas en el campo de la cooperación, muy ligado tradicionalmente a la discusión sobre los estereotipos y el emotivismo. Por otra parte, visualizar los vínculos afectivos que los sujetos y comunidades mantienen con las normas sociales, por ejemplo, impidiendo que resulten indiferentes, ajenas, irrelevantes, etc. o por el

contrario, mostrando cómo ante normas injustas cabe la aceptación, la resignación, la comodidad, etc. Es decir, hacer hincapié en la política de la emoción y cambiar la relación afectiva con dichas normas, como ya se lleva décadas haciendo con las reglas del comercio internacional, las leyes sobre tráfico de armas o, más recientemente, la dejación de funciones por parte de poderes públicos como origen de la vulneración de los derechos humanos.

Por último, repensar la comunicación para el cambio social desde la reflexividad emocional podría ayudar en la consolidación de los relatos alternativos sobre la cooperación, la pobreza y los derechos humanos, generando lugares de apertura afectiva desde los que imaginar un orden social distinto, con nuevos vínculos políticos y socioafectivos entre los sujetos que lo habitan.

No queremos terminar sin recordar que la justicia y la injusticia no son asuntos de buenos o malos sentimientos, tampoco consiste en transformar un mal sentimiento en uno bueno, en conseguir una especie de superación: del odio en amor, de la indiferencia en empatía, de la vergüenza en orgullo, de la desesperanza en esperanza. Este tipo de transformaciones no tienen porqué ser por sí mismas reparadoras. De hecho, restringir los universos afectivos en juego en la comunicación de los movimientos sociales equivale a limitar las dinámicas de reconocimiento a ciertas posiciones que no hacen sino reforzar el status quo. Por ejemplo, ¿qué sucede si un colectivo se resiste a participar en un proyecto de emancipación, de toma de autoconciencia, por alternativos y justos que a otros puedan parecer?, ¿cómo hacemos para imaginar desde la desesperanza?, ¿cómo conectar y vincular desde la desafección?, ¿cómo conseguimos que los responsables directos o indirectos de una situación injusta experimenten vergüenza?, ¿cómo dar expresión a la rabia, la humillación o al asco en el marco de una conversación democrática?

Por el contrario, creemos que, en la discusión política y en la búsqueda de la justicia, los sujetos debe ser capaces de afrontar un repertorio afectivo mucho más amplio y arriesgado en el que quepa el disenso y el conflicto. La cuestión no es, por tanto, cual es la emoción correcta, como por ejemplo, la aceptada solidaridad o la compasión, sino cual es la posición, el espacio de encuentro y de contacto desde el que abordar las emociones implicadas en el espacio público existente y por existir.

Para reparar una situación de injusticia puede que la solidaridad como movimiento empático y compasivo no sea suficiente sino hay espacio para poder expresar el resentimiento, la humillación, la rabia o la vergüenza. Y si esto es así, ¿en qué medida los proyectos, campañas y propuestas teóricas sobre la comunicación para el cambio social están ignorando estos otros

elementos afectivos que no apuntan de forma tan directa y clara a las ideas comunes sobre el diálogo, la solidaridad y la participación, aunque resulten imprescindibles para ello? Si los conceptos se trabajan desde una orientación simplificada, en términos moralistas, si se ignora la cuestión del poder y la violencia, la reflexión queda cercenada, condenada a los límites del consenso, sin riesgo, sin asumir la ambivalencia que define a los sujetos y su acción.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ahmed, S. (2004). *The cultural politics of emotion*. New York: Routledge.
- Boltanski, L. (1990). *El amor y la justicia como competencias. Tres ensayos sobre la sociología de la acción*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Boltanski, L. (2000). *Lo spettacolo del dolor*. Milan: Raffaello Cortina.
- Escobar, A. (2005). El “postdesarrollo” como concepto y práctica social *Políticas de economía y ambiente y sociedad en tiempos de globalización* (pp. 17-31). Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Fraser, N. (1993). Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente. *Debate Feminista*, 23-36.
- Frijda, N., & Mesquita, B. (2000). Beliefs through Emotions *Emotions and Beliefs. How Feelings Influence Thoughts* (pp. 47-77). Cambridge: Cambridge University Press.
- Jasper, J. M. (2012). Las emociones y los movimientos sociales: veinte años de teoría e investigación. *Revista latinoamericana de estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad*(10), 46-66.
- King, D. S. (2006). Activists and Emotional Reflexivity: Toward Touraines subject as social movement. *Sociology*(40(5)), 873-891.
- Nos Aldás, E., Iranzo, A., & Farné, A. (2012). La eficacia cultural de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 209-237.
- Nussbaum, M. (2005). *El conocimiento del amor. Ensayos sobre filosofía y literatura*. Madrid: Antonio Machado.
- Rist, G. (2002). *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Madrid: Los libros de la Catarata-IUDC.
- Saiz Echezarreta, V. (2008). Resolución de la distancia moral a través de la mediación experta de las ONGD. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 76-106.
- (2009). *La solidaridad, espacio de mediación de los sentimientos morales. Análisis de la publicidad de las ONGD (1999-2009)*. Madrid: Biblioteca Complutense.
- (2012). Disposiciones afectivas y cambio social. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 107-133.
- Sarah, A. (2004). Affective economies. *Social Text*, 79, volume 22 nº 2, 117-139.
- Schutz, P. A., & Zembylas, M. (2009). *Advances in teacher emotion research : the impact on teachers' lives*. Dordrecht ; New York: Springer.
- Solomon, R. C. (1995). *A passion for justice. Emotions and the origins of social contract*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.

## CUARTA PARTE

# *Experiencias en comunicación de la cooperación internacional: organismos internacionales y países del Sur*



## FAO: Estrategia y Política de Comunicación

Enrique Yeves<sup>81</sup>

### A) INTRODUCCIÓN

¿Por qué debe comunicar la FAO?

### B) ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La “marca” FAO: Identidad, misión, valores de la FAO.

Ventajas comparativas y dificultades propias de la FAO

Responsabilidades internas en el ámbito de la comunicación

Público objetivo (*target audience*)

Objetivo general de la comunicación

Funciones de la comunicación

Mensajes principales (*key messages*)

*Anexo: FAO: datos básicos*

---

<sup>81</sup> Responsable de Comunicación Corporativa de la FAO

**A) INTRODUCCIÓN****¿POR QUÉ DEBE COMUNICAR LA FAO?****Funciones de la Organización**

1. La Organización reunirá, analizará, interpretará y divulgará las informaciones relativas a nutrición, alimentación y agricultura. En esta Constitución el término «agricultura» y sus derivados comprenden también la pesca, los productos del mar, los bosques y los productos primarios forestales.

2. La Organización fomentará y cuando sea pertinente, recomendará una acción nacional e internacional tendente a realizar:

- a) investigaciones científicas, tecnológicas, sociales y económicas sobre nutrición, alimentación y agricultura;
- b) la mejora de la enseñanza y administración en materia de nutrición, alimentación y agricultura y la divulgación

*Constitución de la FAO. Artículo I*

**Función esencial de la FAO #7**

*Realizar actividades de promoción y comunicación a nivel nacional, regional y mundial en los ámbitos contemplados en el mandato de la FAO. La FAO tiene una responsabilidad principal en la prestación de servicios de comunicación e información en todas las esferas de su mandato para los países y la comunidad del desarrollo; le corresponde asimismo intervenir decididamente a favor de sus posiciones en relación con las cuestiones importantes y urgentes del desarrollo.*

*Marco estratégico revisado y esquema del Plan a Plazo Medio 2014-17*

*Diciembre 2012*

La comunicación está en el corazón de la misión de la FAO para poder alcanzar el objetivo principal de la Organización: erradicar el hambre. Para conseguir el apoyo político necesario y movilizar a los distintos actores que pueden hacerlo posible la comunicación no es sólo un factor necesario y determinante. Es imprescindible.

Pretender tener éxito en la lucha contra el hambre sin una comunicación efectiva y eficiente es una tarea imposible. En otras palabras, la comunicación es un elemento clave de la ecuación que debe aplicarse para lograr el objetivo prioritario de la FAO.

Así lo refleja tanto la Constitución de la FAO en su Artículo I como el nuevo Marco Estratégico impulsado por el Director General, José Graziano da Silva, que establece la comunicación y las acciones de visibilidad a nivel nacional, regional y global como funciones esenciales de la Organización.

La comunicación corporativa, la divulgación de conocimientos, las actividades de visibilidad y la comunicación interna no son un lujo, son una necesidad y serán factores determinantes en el futuro de la FAO. De su fracaso o éxito, así como del fracaso o éxito de la responsabilidad que tiene la Organización para servir a los sectores más desfavorecidos de la sociedad.

En torno a 870 millones de personas sufren hambre crónica en el mundo. Son las víctimas del silencio. Carecen de organización, no militan en partidos, no tienen representantes sindicales, no tienen voz. No tienen jefes de prensa. Su atención mediática es ínfima. La FAO tiene la responsabilidad ética y moral así como el mandato de la comunidad internacional para ser el portavoz de esa masa crítica desfavorecida que en pleno siglo XXI no tiene acceso a una alimentación suficiente, digna y adecuada.

Estar callado no es una opción, como no lo es hablar en voz baja. Además de tener la obligación de informar y comunicar, la FAO debe hacer un uso estratégico de sus recursos para lograr que su comunicación corporativa esté a la altura del papel que ésta juega en la consecución de los objetivos prioritarios de la Organización, factor que no siempre ha sido tomado en cuenta suficientemente en el pasado reciente.

Por otra parte, la Organización está considerada como un centro de excelencia en lo que respecta a los conocimientos sobre alimentación y agricultura, excelencia que debe trasladarse también a la calidad de la comunicación y de los esfuerzos en este ámbito.

Comunicar o fracasar. Comunicar eficientemente para lograr los objetivos de la FAO. Ser invisibles no es una opción. Hacerlo de forma tibia tampoco. El futuro de la Organización y de aquellos a los que debemos servir depende, en gran medida, de una comunicación eficaz y exitosa.

Este documento fue preparado para la conferencia realizada por el autor en Santander en septiembre de 2012 en el marco del Encuentro “Comunicación para el cambio social y desarrollo” organizado conjuntamente por la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y la agencia *International Press Service*. El contenido del mismo sirvió como base para configurar la nueva Política de Comunicación de la FAO.

## **B) ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

### **LA MARCA FAO: IDENTIDAD, MISIÓN Y VALORES DE LA FAO**

La Agencia de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) tiene como misión la lucha por erradicar el hambre y en favor de la seguridad alimentaria global y de una nutrición equilibrada y completa. Esta misión queda recogida en su mandato:

*El mandato de la FAO consiste en mejorar la nutrición, aumentar la productividad agrícola, elevar el nivel de vida de la población rural y contribuir al crecimiento de la economía mundial.*

Para que el mensaje de la FAO llegue a sus públicos de manera eficaz es necesario que estos perciban a la FAO como una fuente fiable, consistente y autorizada en las áreas propias de su mandato. Este posicionamiento institucional viene marcado por los siguientes valores diferenciales de la FAO:

- ✓ El actor principal global -por decisión de los gobiernos en el marco del sistema de Naciones Unidas- en cuestiones relacionadas con la alimentación, agricultura, pesca y bosques con la finalidad de erradicar el hambre.
- ✓ Líder en conocimiento e información en las áreas relativas a su mandato, y referencia global en todas ellas.
- ✓ Un centro de excelencia multilingüe al servicio de los gobiernos, los países, las organizaciones sociales, el ámbito educativo y los ciudadanos en la lucha contra el hambre.
- ✓ Un foro neutral para acoger y fomentar el diálogo en torno a la lucha contra el hambre y la malnutrición.

## VENTAJAS COMPARATIVAS Y DIFICULTADES PROPIAS DE FAO PARA COMUNICAR (ANÁLISIS DAFO)

### A. FORTALEZAS

La FAO es percibida como un **centro de excelencia** para los gobiernos nacionales, los expertos técnicos en el campo de la agricultura y del desarrollo rural, los medios de comunicación, las ONG y la sociedad civil en general.

La FAO es también respetada como **foro neutral para el debate**.

La FAO está comprometida con la distribución multilingüe de información en sus seis idiomas oficiales, lo que constituye sin duda una importante ventaja diferencial y una fortaleza consolidada de la Organización.

Sin lugar a dudas la FAO goza de una **credibilidad como fuente de información** asentada a lo largo de años que le permite una ventaja comparativa considerable a la hora de **recibir atención internacional**, tanto por parte de los medios de comunicación como de los gobiernos, ONGs y otros actores en el sector del desarrollo.

El enorme caudal de conocimiento, experiencia y estadístico permite que la Organización juegue con ventaja envidiable a la hora de recibir atención cuando da a conocer sus datos. La información sobre el número de hambrientos, sobre los precios de los alimentos, los “Estados de...” pesca, bosques o agricultura, suelen acaparar titulares y espacio en esos mismos medios de comunicación.

Un ejemplo de ello es la publicación mensual del “*Índice de Precios de los Alimentos*” cuyos datos ocupan con facilidad los grandes titulares de los medios de comunicación más influyentes y reciben siempre una gran atención mediática.

Esa riqueza de información –que apenas suele ser contestada- constituye uno de los valores intrínsecos de la Organización y supone, sin lugar a dudas, una de las ventajas comparativas de la Organización en el siempre competitivo mercado de noticias.

El **mensaje institucional** de la FAO (“*se puede acabar con el hambre en el mundo*”) tiene una **extraordinaria fuerza y potencia comunicativas**. Es un mensaje de calado universal, con capacidad para interesar a todos los seres humanos y aunar esfuerzos en torno a él por encima de culturas, edades, creencias o ideologías políticas.

## B. DEBILIDADES

En general el **trabajo de la FAO es, por su propia naturaleza, difícil que reciba atención mediática por parte de los medios de comunicación tradicionales** (*main stream media*). Una situación típica es aquella en la que tiene lugar una crisis humanitaria, como el terremoto de Haití, que ocupa durante varios días la atención internacional con una actividad frenética por parte de las agencias especializadas en la ayuda humanitaria (Programa Mundial de Alimentos, Acnur, etcétera) y una presencia masiva de periodistas que acuden y bombardean a la opinión pública internacional con imágenes dramáticas, fotos escalofriantes y crónicas desesperadas... Hasta que otra crisis salta y el foco se desplaza de forma paulatina y sin escrúpulos hasta otro lugar. Entonces, cuando la mirada de periodistas y la atención internacional ya se ha agotado aparece el trabajo de campo de FAO, evaluando daños en las cosechas, planificando la nueva siembra, coordinando acciones cuyos resultados se verán después de varios meses... cuando ya no es considerado noticia dentro de los cánones tradicionales del espectáculo mediático habitual.

Lo mismo sucede con el trabajo técnico de investigación y estudio que se realiza en las diferentes divisiones de conocimiento de la FAO. Se trata de una labor fundamental tanto para la comprensión de los procesos de producción alimentaria como para la mejora y regulación de los mismos. Sin embargo, los medios de comunicación apenas dedican espacio a informar sobre el trabajo de la FAO en toda su complejidad y tienden a **simplificar las informaciones relativas al mismo o a reflejar solo determinados aspectos**, a menudo los más conflictivos o los más fácilmente destacables en un titular.

Sin lugar a dudas, esa es una primera consideración importante a la hora de planificar cualquier estrategia de comunicación eficiente, una sensación de nadar contra corriente en un río que arrastra los focos de crisis, noticias en blanco y negro, titulares espectaculares alejados del trabajo cotidiano de los expertos de la FAO y un estilo donde prima cada vez más el espectáculo que la información en los grandes medios de comunicación. Las guerras, los escándalos políticos, elecciones locales, los deportes, las bodas reales..., los medios de comunicación se empeñan en mostrarnos “su” realidad, muy alejada de la lenta pero inexorable labor en el campo del desarrollo que provoca el cambio a largo plazo. Algo parecido a la frustración del aquel filósofo griego que decía *“mientras el sabio apunta hacia el sol los necios se quedan mirando el dedo”*.

**La FAO tiene que maniobrar para conseguir que su voz y sus perspectivas sean escuchadas y atendidas.** Hoy hay muchas más instituciones involucradas en el debate sobre el desarrollo internacional que cuando se fundó la Organización en 1945 y algunas ONGs tienen voces más prominentes que los organismos internacionales. La visibilidad y el perfil en los medios de comunicación y la promoción de las virtudes y fortalezas de la FAO son cruciales no sólo para el posicionamiento de la Organización sino, a medio y largo plazo, para su propia continuidad.

Tras casi 70 años de existencia, la FAO **tiende a ser percibida como una organización de grandes dimensiones, lenta en su funcionamiento y movimientos, cara de mantener y poco eficaz** en cuanto a los resultados obtenidos en el que es y debe ser su cometido fundamental (la lucha contra el hambre). A pesar de los prometedores meses iniciales del nuevo Director General de la FAO, José Graziano da Silva, esta percepción supone un lastre para la correcta percepción del mensaje institucional, percepción que no es única para la FAO si no que debe enmarcarse en el marco de la creciente crítica general al sistema de las Naciones Unidas.

El profundo análisis de la entidad llevado a cabo en los últimos años y el nuevo Marco Estratégico deben dar respuesta a este desafío y establecer las bases para que, funcional y conceptualmente, la FAO pueda contrarrestar con sus logros y nueva estructura esta percepción.

Pese a su incuestionable liderazgo como centro de especialización en todos los ámbitos relacionados con la agricultura y la alimentación, **la imagen de la FAO no es siempre todo lo coherente, sólida y compacta que requeriría** dicho liderazgo. Esto puede deberse a diversos factores:

- **La propia estructura interna** de divisiones específicas de conocimiento (organizadas en departamentos de Agricultura, Pesca, Forestal, Desarrollo Económico y Social... etcétera), con gran autonomía de funcionamiento y, en ocasiones, escasa interrelación, alimenta la percepción de “varias FAO en una” y debilita la imagen unitaria de la organización.
- La **preeminencia del discurso individual sobre el institucional** cuando sus expertos hablan de contenidos técnicos. Demasiadas veces sus testimonios aparecen desvinculados de la organización y sin coordinación, desaprovechándose así múltiples

ocasiones de mostrar de una manera práctica y concreta la necesidad e importancia de la labor de la FAO.

- La propia **imagen corporativa** de la organización presenta múltiples incoherencias que alimentan una percepción diluida de la FAO. Estas son algunas:

1. Una identidad visual antigua

2. Una denominación confusa con varias formulaciones: FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations, UN Food and Agriculture Organization. Y en español la muy común y errónea de *Fondo* de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación... y un objeto difícil de definir en pocas palabras.

3. Un **eslogan institucional** -“por un mundo sin hambre”- que no se utiliza de forma habitual como parte de la imagen corporativa (incluso llega a cambiar según el contexto), y que se asemeja demasiado al empleado por el Programa Mundial de Alimentos (PMA) -“luchando contra el hambre en el mundo”-, lo que contribuye a diluir la imagen institucional de la FAO .

4. Una **presencia online diversificada** sin unidad estilística (diferentes webs, diferentes estilos)

5. Un **lenguaje gráfico** que adolece de cierta falta de personalidad y coherencia, y que incluso desde dentro de la casa, se utiliza sin rigor o bien se ignora por completo.

### C. AMENAZAS (THREADS)

En los últimos años el número de actores que participan en el mundo del desarrollo se ha incrementado de manera notoria, multiplicándose también los esfuerzos por atraer la atención mediática y social hacia su actividad. Ante este **panorama de fuerte competencia**, si la FAO no es capaz de fortalecer sus ventajas comparativas y sacar el máximo provecho de sus oportunidades puede verse relegada por otras organizaciones que están siendo más capaces de establecer vínculos con sus públicos y de explicar de una manera clara y al mismo tiempo atractiva su actividad y objetivos.

La estructura y costes de la Organización generan críticas y son cuestionados desde ámbitos muy diversos. Este **cuestionamiento de la organización** puede ocultar o hacer sombra al



trabajo real que la FAO realiza y a los resultados tangibles del mismo y, específicamente en el plano de la comunicación, puede contaminar la información ofrecida, desviar la atención mediática o debilitar la credibilidad del mensaje.

Al ser un centro de conocimiento y especialización técnica, el principal capital de la FAO es **su equipo humano** que, además de desarrollar su trabajo técnico, debe actuar como una herramienta de comunicación más, como portavoces de la FAO capaces de explicar con claridad la utilidad e interés del trabajo que se desarrolla en la Organización. Si no se presta suficiente atención a la comunicación interna dentro de la organización, así como a la formación del personal en aspectos relacionados con la comunicación, puede perderse una baza importante e insustituible de la comunicación corporativa.

**Los ambiciosos objetivos estratégicos de la FAO corren el riesgo de generar unas expectativas demasiado altas** que, de no cumplirse, pueden poner en serio peligro la credibilidad de la organización y con ella, lógicamente, la de su comunicación.

#### D. OPORTUNIDADES

Además de la singularidad que la FAO disfruta como fuente de información y conocimiento sobre agricultura y alimentación, la organización se encuentra ahora con que **la agenda política y mediática gira en su dirección**, aunque las razones de esto no son para celebrar. El cambio climático, la volatilidad de los precios de los alimentos, el debate sobre los biocombustibles, la ansiedad sobre la inseguridad alimentaria y las enfermedades transfronterizas, han puesto los retos agrícolas y alimentarios en el centro de la atención del público mundial. La FAO tiene una enorme oportunidad –y responsabilidad- para enmarcar algunos de los más grandes asuntos, y está en una posición autorizada para hacerlo. Si fracasa, la FAO se debilitará.

**El actual proceso de descentralización** está contribuyendo a consolidar y reforzar la implantación con que la FAO cuenta a escala nacional y regional. Esta apuesta por potenciar una estructura descentralizada ofrece a la institución una excelente oportunidad para sacar el máximo rendimiento a sus acciones de comunicación, adecuando sus mensajes al contexto local, aunando esfuerzos a nivel regional y, al mismo tiempo, respaldando sus comunicaciones bajo el paraguas de su carácter global.

La revisión del *Marco Estratégico* que se está llevando a cabo en estos momentos confirma la Comunicación como una de las “7 Funciones Esenciales” que la FAO debe seguir desarrollando para lograr los objetivos estratégicos de la organización. Esta confirmación, unida al **fuerte respaldo que la comunicación está recibiendo** por parte de la nueva Dirección General de la FAO, proporciona un nuevo impulso a una actividad que debe además ser reflejo del proceso de cambio y adecuación a los nuevos tiempos en el que la FAO se encuentra inmersa.

La **creciente cooperación entre la FAO y la sociedad civil**, ha abierto una nueva puerta a la generación de sinergias en el ámbito de la comunicación. Este proceso de mutua colaboración ofrece una nueva oportunidad para lograr que los mensajes de la FAO lleguen con mayor eficacia tanto a la opinión pública en general como a los estamentos responsables de la toma de decisiones y a la base del tejido social activamente comprometido en la lucha contra el hambre y la pobreza.

## RESPONSABILIDADES

Tal y como queda reflejado en el nuevo Marco Estratégico, la Comunicación y la Promoción (*Advocacy*), junto con el resto de funciones básicas de la Organización, constituyen los instrumentos sobre los cuales la FAO debe organizar y desarrollar su trabajo.

De esta manera, la comunicación, como el resto de las funciones básicas, deberá estar **presente de manera transversal** en todo el trabajo desarrollado para llevar a cabo cada uno de los cinco objetivos estratégicos de la organización. De la misma manera, teniendo en cuenta el impulso otorgado a la descentralización de la Organización dentro del proceso de Reforma emprendido por la FAO, la comunicación **forma parte de las responsabilidades específicas de las distintas estructuras descentralizadas de la Organización**, tanto a nivel local como regional y global.

Así, el Plan a Plazo Medio (PPM) 2014-17 establece que la comunicación de la FAO sea llevada a cabo por el personal de comunicación de las diferentes oficinas de la FAO en todo el mundo, incluyendo específicamente a las oficinas descentralizadas y los distintos departamentos existentes en la sede principal de Roma. Del mismo modo, establece que corresponde a la Oficina de Comunicación (OCC) la coordinación de dichas actividades

comunicativas con el fin de garantizar la coherencia y consistencia del mensaje corporativo y de los productos de comunicación resultantes, así como la máxima eficacia en el uso de los recursos destinados a comunicación en el seno de la Organización.

Esta responsabilidad compartida sobre la comunicación de la FAO queda reflejada en el siguiente gráfico:



### ***Responsabilidades específicas.***

La principal división de responsabilidades en cuanto se refiere a las actividades de comunicación dentro de la FAO se deriva esencialmente de la distinción hecha entre información técnica e información de interés público. Entendemos por información técnica una recopilación de datos y análisis que generalmente son de interés y valorados por técnicos especializados de gobiernos nacionales mientras la información de interés público se dirige a audiencias no técnicas tales como los medios de comunicación y el público en general.

**La Oficina de Comunicación Corporativa (OCC)** tiene la responsabilidad directa de estructurar y diseminar la información de interés público. La OCC es la responsable tanto de la Política de Comunicación Corporativa como de la Estrategia de Comunicación Corporativa y del Plan de Comunicación Corporativa, de carácter anual. Es también responsable de evaluar los progresos en la implementación de la Política y Estrategia y debería informar puntualmente a la Dirección General de la Organización. Asimismo, es responsable de monitorizar y evaluar la implementación del Plan de Comunicación Corporativa anual y de coordinar la producción de todos los productos informativos, supervisar el proceso de planificación de la comunicación y aprobar los Planes de Comunicación y Publicaciones de los departamentos y las oficinas descentralizadas así como de sus presupuestos respectivos.

**El Director General**, o una persona designada por él, es el portavoz oficial de la Organización en todo lo relacionado con las políticas. El Director General es el principal responsable de la comunicación institucional con los gobiernos de los Estados-miembro y los Representantes Permanentes así como del establecimiento de políticas.

La OCC proporciona orientación y, en la medida en la que los recursos lo permiten, apoyo a las actividades de comunicación de otras unidades de la FAO. Prepara y produce materiales de información de interés público incluyendo comunicados de prensa, materiales promocionales, vídeos, audios, *podcasts*, materiales para presentaciones, displays y exposiciones. Es responsable de los contenidos de las websites corporativas. También proporciona orientación y apoyo en la preparación y producción de materiales informativos de naturaleza técnica.

**Los departamentos y unidades técnicas** son responsables principalmente de la conceptualización y producción de información técnica y de productos específicos a través de los cuales diseminan dicha información. Sin embargo, dichos departamentos no poseen generalmente los conocimientos técnicos necesarios para producir información puntual y de alta calidad de una manera eficiente en términos de coste. Por ello, el Servicio de Publicaciones de la Oficina de Comunicación proporciona un fuerte apoyo centralizado en forma de pautas, directrices, procedimientos, herramientas y ejemplos de buenas prácticas, así como un limitado apoyo directo a la producción. Esta relación y los principales roles y responsabilidades de las unidades técnicas y la Oficina de Comunicación están claramente recogidos en la Política de Publicaciones de la Organización.

### ***Oficinas Regionales, Sub-regionales y Nacionales***

El mandato de las Oficinas Descentralizadas de la FAO incluye las actividades de comunicación dentro de sus áreas de responsabilidad geográfica. A ellas corresponde mantener una comunicación regular con los gobiernos nacionales, contrapartes técnicas locales, ONGs y medios de comunicación. Son también responsables de presentar los mensajes fundamentales de la Comunicación Corporativa de la FAO, así como de distribuir los materiales informativos proporcionados por la Sede Central para audiencias específicas.

Pueden también producir materiales informativos específicamente dirigidos al ámbito local o adaptar información proporcionada por la sede central con el fin de dar respuesta a necesidades o audiencias locales.

Los planes de actividades de comunicación de las oficinas nacionales de la FAO son un componente clave a nivel nacional y su responsable, el Representante de la FAO a nivel nacional, debe coordinar sus actividades con los planes de comunicación regionales y departamentales.

### ***Relaciones con los Medios***

Según se ha señalado anteriormente, el Director General es el portavoz de la Organización en todo lo relacionado con las políticas. A él corresponde, según su criterio, delegar esta responsabilidad a otros miembros de la dirección.

Los profesionales de la Oficina de Comunicación tienen la responsabilidad general de promover las buenas relaciones con los medios internacionales y nacionales. Asimismo, deberían ser siempre el primer punto de contacto en el caso de consultas o preguntas procedentes de los medios. Están autorizados a responder a preguntas rutinarias y pueden ser identificados tanto como “un portavoz de la FAO” como por su nombre y cargo. Las preguntas relativas a asuntos delicados se derivan al Director de la Oficina de Comunicación quien puede, llegado el momento, consultar con la Oficina del Director General.

**PÚBLICO OBJETIVO (TARGET AUDIENCE)**

La naturaleza misma de la FAO, como agencia de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, la sitúa en una posición privilegiada para liderar los esfuerzos mundiales a favor de un mundo sin hambre, actuando en todas las esferas sociales para hacer posible tan ambicioso objetivo.

Con el rápido desarrollo de Internet y las comunicaciones digitales los canales se han ampliado permitiendo a la FAO, como a muchas otras organizaciones de base científica y de conocimiento, grandes oportunidades para comunicar con el público directamente en tiempo real, especialmente en el mundo desarrollado.

La FAO debe llegar a públicos objetivos diferentes, y hacerlo de forma adecuada a cada caso, con mensajes de nivel corporativo, y modificar los medios para maximizar la efectividad. Asegurar el *feedback* de las audiencias es crítico también, y los comunicadores de FAO deberían interpretar las respuestas de forma que permitan integrarse en los mensajes y ser flexibles para modificar las estrategias establecidas de antemano.

En toda acción de comunicación se tendrá en cuenta que las principales audiencias de la FAO son:

***Gobiernos y autoridades políticas***

Su condición de agencia de las Naciones Unidas y el hecho de contar en sus órganos de gobierno con representantes de 191 países miembros, dos miembros asociados y la Unión Europea, garantiza su capacidad para incorporar la lucha contra el hambre en la agenda política. Permite que su voz sea escuchada entre los creadores de políticas y también entre personas influyentes en la determinación de los niveles de financiación en áreas como la agricultura, los bosques, la pesca, el desarrollo rural y el medio ambiente. Todo ello teniendo en cuenta que los mensajes deben ser cuidadosamente elaborados con atención a los intereses específicos de los países, diferentes en función de su condición de donantes, receptores de proyectos de desarrollo, agentes implicados en los mismos, etc.

En este sentido, los representantes permanentes de los países ante la FAO constituyen un objetivo de gran relevancia para conseguir los resultados deseados y deberían recibir un tratamiento específico.

### ***Opinión Pública y Medios de Comunicación***

Para hacer posible el ambicioso objetivo de la FAO es necesaria también la implicación de la opinión pública en general, con el objetivo último de promover en ella cambios de actitud y comportamiento individuales que favorezcan un sistema alimentario más justo, equilibrado y sostenible, así como comportamientos colectivos que impulsen compromisos políticos y prioricen la seguridad alimentaria en las agendas políticas de todos los países. La credibilidad de la FAO, unida a su dimensión global y al mismo tiempo local, con presencia a escala nacional, regional e internacional, hace posible que su mensaje alcance a la opinión pública.

En este proceso de información al público cobra especial importancia una herramienta de comunicación que, por su propia naturaleza y capacidad de influencia, constituye a un mismo tiempo una audiencia específica y una herramienta de comunicación: los medios de comunicación masiva.

Los medios masivos de comunicación (*mainstream media*) tanto impresos como electrónicos (prensa, televisión, radio y medios online, incluyendo soportes de bloggers y redes sociales) constituyen un público objetivo de especial relevancia para la FAO por su capacidad para influenciar a otros públicos objetivos de la organización así como al público general.

También la Prensa Especializada -editores y redactores de periódicos técnicos o dedicados a materias específicas objeto del trabajo de la FAO- y otros soportes de información especializada en dichas áreas, tanto desde una perspectiva más local como desde medios con presencia a nivel nacional e internacional, debe ser objeto de una atención y un esfuerzo de comunicación específicos por parte de la FAO.

### ***Sociedad civil y agentes comprometidos en la erradicación del hambre***

En el cada vez más competitivo mundo del desarrollo y con la afluencia de numerosos actores a nivel tanto internacional como regional y nacional, con gran influencia en la agenda global,

la FAO debe realizar un esfuerzo especial de comunicación que refuerce el mismo esfuerzo político de alianzas estratégicas (*“Partnerships”*) a nivel corporativo.

Dichos actores son cruciales en la lucha contra el hambre y, como señala el Director General de la FAO, “la Organización no puede hacerlo sola: hace falta la ayuda conjunta de todos, gobiernos, sociedad civil, sector privado, sector científico y académico”.

Su condición de agencia única de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación y su implantación global y local a un tiempo, le otorgan una ventaja diferencial con respecto al resto de agentes comprometidos en la erradicación del hambre. Dicha apuesta institucional por la cooperación con el resto de entidades necesita de un apoyo comunicacional que garantice los flujos informativos en ambas direcciones y la actuación conjunta en materia de sensibilización.

### ***Centros de investigación y de pensamiento en materia de producción agrícola, alimentación y nutrición.***

El alto grado de especialización de la FAO en todas las áreas relacionadas con la producción alimentaria, la nutrición, el medioambiente, o los recursos naturales, con un staff constituido por expertos de reconocido prestigio en cada una de dichas áreas, la convierte en un interlocutor válido y en un referente clave tanto en el entorno de la investigación como en el académico y en los ámbitos generadores de pensamiento: científicos, investigadores, economistas, analistas de política, *think tanks* y otros expertos técnicos que trabajan en el campo del mandato de la FAO.

### ***Personal de la FAO***

El principal capital de la FAO es su equipo humano. Una importante fuerza de comunicación con presencia a lo largo y ancho del planeta que constituye en sí misma un público objetivo de primer orden para la FAO. Mantenerles informados de lo que sucede dentro de la organización y también en torno a ella (países miembros, *partners*, colaboradores, etc.), canalizar la divulgación de sus conocimientos técnicos, responder a sus necesidades de asesoramiento en materia de comunicación, mejorar sus dotes y habilidades comunicativas y contribuir a su motivación hacia el objetivo principal de la FAO constituyen algunos de los principales contenidos que deben formar parte de la política de Comunicación Interna de la FAO, mientras



se potenciará que cada funcionario, en especial sus altos cargos, sea “portavoz” de la Organización, coordinando esfuerzos para que la FAO hable “con una sola voz”, evitando mensajes contradictorios.

El éxito de la comunicación global de la FAO dependerá en gran parte de la capacidad de la Organización para adaptar la forma y el contenido de su mensaje, así como los medios utilizados para su difusión, a cada una de estas audiencias, teniendo en cuenta no solo las características diferenciales de cada una de ellas sino también su dimensión local, regional o global, manteniendo al mismo tiempo el rigor y la calidad de sus contenidos propios de un Centro de Excelencia.

#### **OBJETIVO GENERAL DE LA COMUNICACIÓN**

El objetivo general de la Comunicación de la FAO es poner al servicio de la Organización a nivel nacional, regional y global, cuantas herramientas de comunicación sean necesarias para hacer posible su objetivo último de erradicar el hambre, alcanzar la seguridad alimentaria para todos, y asegurar que las personas tengan acceso regular a alimentos de buena calidad que les permitan llevar una vida activa y saludable.

De acuerdo con el nuevo Marco Estratégico de la FAO 2014-2017 toda la comunicación debe estar al servicio de la consecución de los cinco objetivos estratégicos de la Organización:

1. *Erradicar el hambre, la inseguridad alimentaria y la malnutrición.*
2. *Aumentar la producción en la agricultura, la pesca y las actividades forestales de una manera sostenible.*
3. *Reducir la pobreza rural.*
4. *Crear un entorno propicio para el establecimiento de sistemas alimentarios más integradores y eficientes a nivel local, nacional, regional e internacional.*
5. *Incrementar la resiliencia de los medios de vida rurales ante las amenazas y crisis.*

La participación de las acciones de Comunicación en la consecución de dichos objetivos viene definida por su naturaleza de *Función Esencial* de la Organización. De acuerdo con lo

establecido en el nuevo Marco Estratégico, constituye una función esencial de la Organización el comunicar e intervenir decididamente a favor de sus posiciones (*advocate*) a nivel nacional, regional y global, en las áreas propias del mandato de la FAO.

La Organización tiene la responsabilidad de proporcionar servicios de información y comunicación a los países y a la comunidad internacional que trabaja para el desarrollo en todas las áreas de su mandato, y de defender con intensidad las posiciones corporativas con respecto a asuntos urgentes y vinculados al desarrollo.

## **FUNCIONES**

Como Organización global dotada de una naturaleza y mandatos únicos, a la hora de comunicar sobre cualquiera de los ámbitos que le son propios la FAO debe ser capaz de generar una comunicación igualmente única y diferenciada, reconocible para cualquiera de las audiencias que constituyen su público objetivo. Para lograr este reconocimiento, toda comunicación emitida por la FAO debe ser capaz de responder a seis funciones esenciales:

- 1. Informar**
- 2. Formar**
- 3. Implicar**
- 4. Realizar propuestas específicas de cambio**
- 5. Facilitar la participación**
- 6. Potenciar la captación de recursos**



**Informar**

La capacidad de la FAO para generar información contrastada y de calidad en las áreas que constituyen su mandato hace de ella un centro de excelencia de gran relevancia. Consecuentemente, también la comunicación de la FAO debe caracterizarse por poner a disposición de sus destinatarios información estadística, técnica y esencialmente objetiva, que les facilite la elaboración objetiva de conclusiones.

**Formar**

Además de la exposición objetiva de información, la comunicación de la FAO tiene una dimensión formativa, entendida como facilitadora de la comprensión y asimilación de las tesis o análisis expuestos.

La erradicación del hambre no es una tarea sencilla como tampoco lo son, en muchas ocasiones, los análisis y las propuestas de actuación de la FAO. Por ello, la dimensión formativa de la comunicación –en el sentido de explicar de forma sencilla y asequible a las distintas audiencias contenidos complejos- con sello FAO, es una función esencial e irrenunciable de la misma que requiere adaptar los contenidos de comunicación a las diferentes audiencias involucradas.

**Implicar**

El objetivo último de la FAO, la erradicación del hambre en el mundo, requiere del compromiso firme de determinados agentes sociales. Implicar a quienes toman las decisiones políticas y a quienes influyen en el ciclo de la agricultura y los alimentos, incluyendo a los propios agricultores, es una función esencial de la comunicación de la FAO.

Pero al mismo tiempo, la erradicación del hambre, por su naturaleza de reto a escala planetaria, requiere del compromiso de todos los seres humanos. Esta implicación universal hace necesario un planteamiento de comunicación que, más allá de la mera información, sea también capaz de llegar a la esencia más humana de cada persona. Implicar a personas que viven a cientos de kilómetros alejadas de las capitales con carencias dramáticas de agua, explicar las repercusiones que una vacunación de ganado puede tener en la alimentación diaria de un hogar cualquiera o hacer entender la importancia del cuidado de los bosques para

la propia supervivencia son retos a los que las acciones de comunicación de la FAO también deben dar respuesta.

Para todo ello es fundamental que la comunicación de la FAO sea capaz de hacer ver y entender a cada una de las diferentes audiencias las razones por las que la erradicación del hambre es esencial para ellas.

### ***Realizar propuestas específicas de cambio***

Otro componente sin duda diferencial de la FAO y, por extensión de su comunicación, es la capacidad de la organización de proponer soluciones a los diversos problemas y situaciones que dificultan la erradicación definitiva del hambre.

Como centro de excelencia con los pies en la tierra, la FAO puede y debe diferenciarse por una comunicación que, además del análisis de los problemas, plantee soluciones razonadas, contrastadas y realistas a los mismos. La comunicación de la Organización debe ser capaz de informar sobre dichas soluciones y hacerlas llegar a los agentes sociales involucrados. El mensaje principal de la FAO: *“es posible acabar con el hambre en el mundo”*, convierte en esenciales estas propuestas concretas y realizables, como respaldo y demostración de la certeza de su mensaje.

### ***Facilitar la participación***

Además de la necesaria implicación de gobiernos y organismos internacionales, sin duda fundamental para la ejecución de muchas de las propuestas de la FAO, es necesario contar con el respaldo de la sociedad civil y de los ciudadanos que, de manera individual y responsable, desean unir sus fuerzas al objetivo global de la erradicación del hambre. Para ello, las acciones de comunicación de la FAO deben incluir siempre propuestas concretas de participación individual que canalicen el deseo y la inquietud social por ser parte de la solución al desgarrador problema del hambre.

***Potenciar la captación de recursos y alianzas***

La lucha contra el hambre reclama y necesita un respaldo tanto político como económico pero también de ideas, actitudes, esfuerzos y trabajos compartidos, de dimensiones tan grandes como lo es el problema que enfrenta. Un problema que la FAO no puede abordar en solitario, sino tendiendo puentes y construyendo alianzas con los diferentes agentes sociales involucrados de una u otra forma en esta lucha. La comunicación de la FAO debe ser capaz de transmitir a los países, organizaciones e individuos que soportan con sus donaciones la estructura y los proyectos de la FAO, la eficiencia con que sus aportaciones son invertidas, y los resultados concretos que se obtienen con ello. De la misma manera, debe ser capaz de reforzar y consolidar las diferentes alianzas, acuerdos y colaboraciones que, cada vez más, la FAO construye con diferentes agentes, grupos y organizaciones. Obviar esta dimensión de la comunicación de la FAO, es olvidar la naturaleza misma de la Organización y a quienes hacen posible su trabajo.

**MENSAJES CLAVE**

En términos generales, el contenido comunicacional de la FAO debe centrarse en poner a disposición de todos los públicos los amplios conocimientos e información que la FAO, como centro de excelencia y fuente fiable de contenidos, posee sobre las distintas materias que centran su actividad. Una comunicación eficaz requiere mensajes centrados, claros y consistentes. Debido a la magnitud del mandato de la FAO y a la amplitud y complejidad de sus programas, la Organización corre el riesgo de transmitir mensajes muy numerosos y demasiado variados con el peligro de que el impacto se vea disminuido.

De acuerdo con estos objetivos, los mensajes clave (*key messages*) de la FAO son de varios tipos:

- **Mensajes Universales**
- **Mensajes Específicos o Coyunturales**
- **Mensajes a Nivel Global**
- **Mensajes a Nivel Regional**
- **Mensajes a Nivel Local**

### ***Mensajes Universales***

#### Mensaje principal:

**Es posible acabar con el hambre en el mundo.** El mundo cuenta con los recursos necesarios para acabar con el hambre y garantizar la seguridad alimentaria y una nutrición saludable y equilibrada al alcance de todos

Para conseguirlo, **basta con voluntad política (“que se quiera hacer”)**

**La única cifra aceptable con respecto al hambre en el mundo es 0**

#### Mensajes secundarios

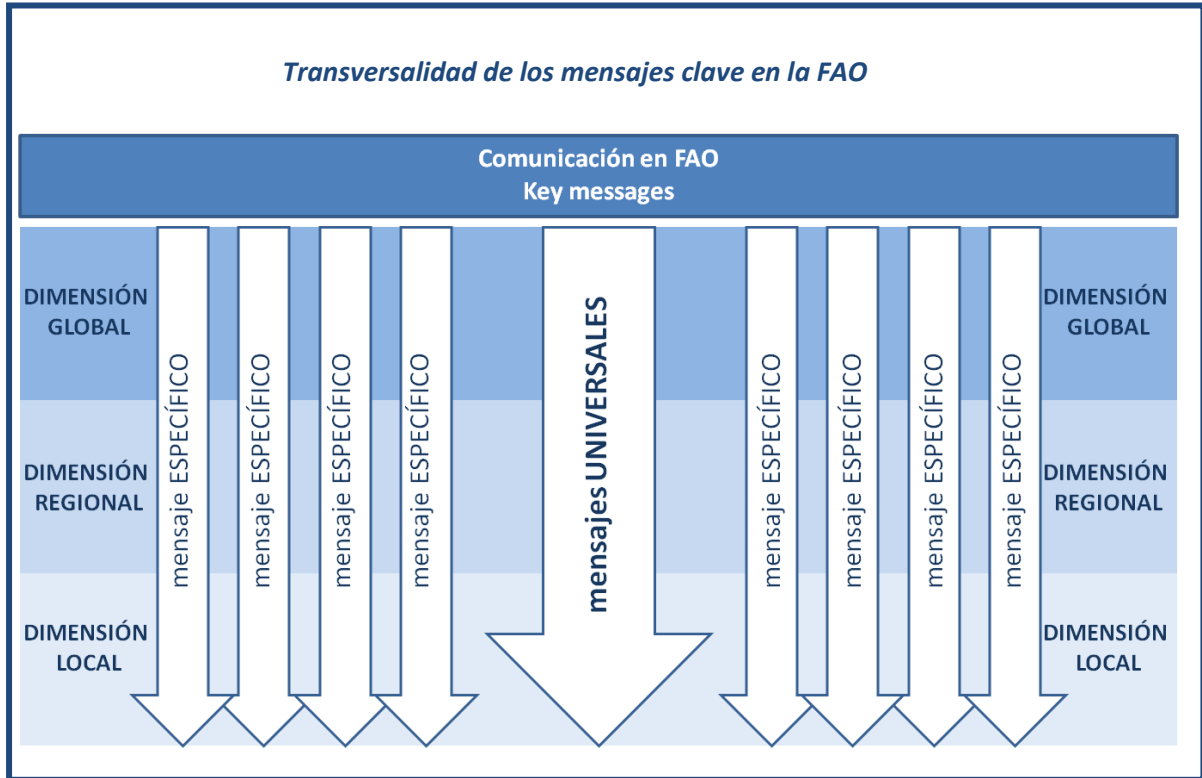
**La FAO no puede erradicar el hambre en solitario:** es necesario trabajar unidos gobiernos, científicos, académicos, sectores de producción, sociedad civil y sector privado

**Es un escándalo político, ético y moral el que en pleno siglo XXI y con un planeta que produce el doble de los alimentos que necesitamos todavía haya unas 870 millones de personas que pasan hambre**

### ***Mensajes específicos / coyunturales***

Además de los mensajes universales, existen otros correspondientes a la planificación anual de la actividad de la FAO y a las prioridades de comunicación definidas en dicha planificación, tanto en lo que se refiere a cada una de las áreas técnicas de actividad de la FAO, como en cuanto a las prioridades de comunicación definidas a nivel regional y local. A modo de ejemplo, son mensajes específicos los relativos a la celebración anual del Día Mundial de los Alimentos, la conmemoración de años internacionales, el desarrollo de eventos y jornadas significativos, la presentación de publicaciones con datos novedosos y relevantes, etcétera. Estos mensajes y su modo de comunicar, se incluyen en programas anuales de trabajo que la Oficina de Comunicación realizará cada año y que tendrán su correspondiente equivalencia a nivel regional, subregional y nacional por parte de las diferentes Oficinas descentralizadas.

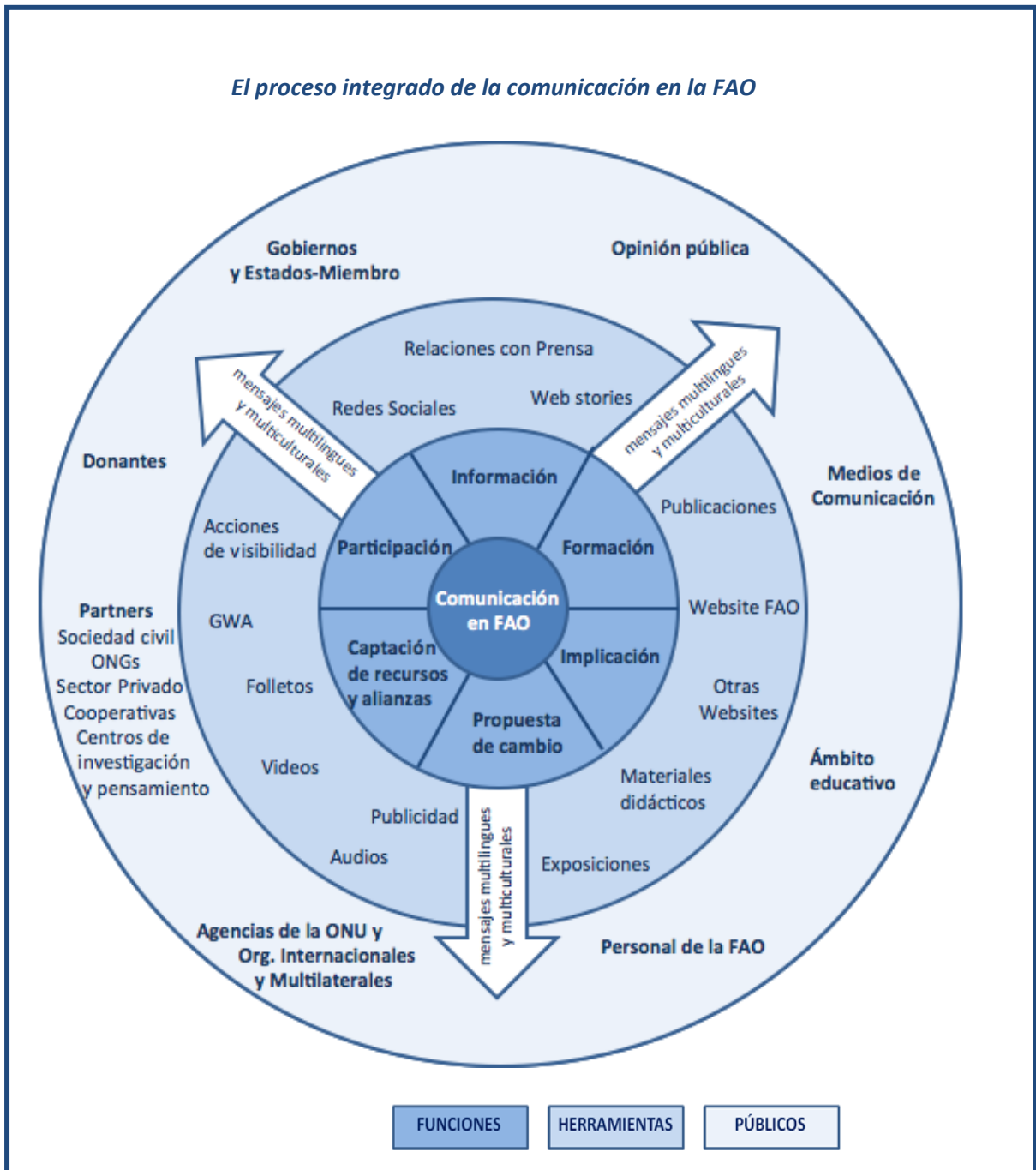
En todos estos casos, la comunicación de los mensajes clave específicos y coyunturales debe realizarse de manera coherente con el mensaje principal de la Organización.



**El Proceso integrado de la Comunicación en la FAO**

El ejercicio diario de comunicar en y desde la FAO, constituye un proceso en el que Funciones, Herramientas y Públicos Objetivo se combinan para obtener los mejores resultados. Teniendo en cuenta el público al que queremos llegar, las herramientas son combinables y elegibles, mientras que las funciones son siempre integradas: cada acción de comunicación debe cumplir con todas ellas.

*El proceso integrado de la comunicación en la FAO*





**ANEXO 1****FAO: datos básicos**

La FAO cuenta con 191 países miembros, dos miembros asociados y una organización miembro: la Unión Europea. Los representantes de los miembros se reúnen en la Conferencia bienal de la FAO para revisar las cuestiones globales de gobernanza y normativas y los marcos internacionales, así como para evaluar el trabajo realizado y aprobar el presupuesto para el próximo bienio. La Conferencia elige también al Director General para un mandato de cuatro años, renovable por una vez. El actual Director General, José Graziano da Silva, asumió sus funciones el 1 de enero de 2012 para un mandato que expira el 31 de julio de 2015.

**Departamentos**

La FAO está formada por siete departamentos: Agricultura y Protección del Consumidor; Desarrollo Económico y Social; Pesca y Acuicultura; Forestal; Servicios internos, Recursos humanos y Finanzas; Ordenación de Recursos naturales y Medio Ambiente; y Cooperación Técnica.

**Oficinas**

Además de su sede central en Roma, la FAO está presente en más de 130 países. La red descentralizada incluye cinco oficinas regionales, 11 oficinas subregionales, dos equipos multidisciplinares; 74 oficinas completamente equipadas en los países (excluyendo aquellas alojadas en las oficinas regionales y subregionales), ocho oficinas con oficiales técnicos/Representantes de la FAO y 36 países cubiertos a través de la acreditación múltiple. Además, la Organización mantiene cinco oficinas de enlace y cuatro oficinas de información en países desarrollados.

**Personal**

A fecha 1 de abril de 2011, la FAO empleaba a 1.835 profesionales (incluyendo los oficiales profesionales asociados y los oficiales profesionales nacionales) y 1.856 miembros del personal de apoyo. Las cifras se refieren únicamente al personal que tiene contratos fijos o de tipo continuo. Aproximadamente el 53 por ciento del personal está basado en Roma, mientras que el resto trabaja en oficinas en todo el mundo. En el curso de los 15 últimos años, la proporción de mujeres dentro del personal profesional se ha más que duplicado, pasando del 16 al 34 por ciento.

## Programa Internacional de Desarrollo de la comunicación (PIDC): Treinta años promoviendo la independencia, pluralidad y libertad de los medios de comunicación

Silvia Chocarro-Marcesse<sup>82</sup>

### INTRODUCCIÓN

El Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, más conocido por sus siglas, PIDC, se creó en el seno de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en octubre de 1980<sup>83</sup> con el objetivo de promover el desarrollo de la comunicación en los países del Sur<sup>84</sup>. A lo largo de sus más de treinta años de existencia, el PIDC ha ido compartiendo objetivos con numerosas instituciones internacionales regionales y estatales, asociaciones profesionales y Organizaciones No Gubernamentales (ONG), dedicadas a la promoción de la libertad de expresión y, más específicamente al desarrollo de la comunicación, a través de la creación y fortalecimiento de medios de comunicación libres, pluralistas e independientes. Pero hay algo que hace del PIDC un programa único, además de su larga trayectoria: su carácter intergubernamental. Es el único programa intergubernamental en el seno de Naciones Unidas dedicado a debatir y también financiar proyectos de desarrollo en este ámbito.

Las contribuciones del PIDC en el ámbito de la comunicación son diversas. Cabe mencionar, entre otras, la financiación de centenares de proyectos en más de cien países para la promoción de radios comunitarias, especialmente en contexto rurales; el apoyo continuado a redes internacionales, regionales y nacionales de comunicadores y comunicadoras sociales; la mejora de la formación de los y las periodistas y comunicadores y comunicadoras,

<sup>82</sup> Corresponsal para el servicio en español de Radio Francia Internacional (RFI) en Washington DC y consultora en comunicación.

<sup>83</sup> [Resolución 4/21 de la 21ª sesión de la Conferencia General de la UNESCO](#)

<sup>84</sup> El texto original en inglés utiliza la terminología “*developing countries*”. La traducción literal sería entonces “países en desarrollo”.

especialmente en África; la elaboración de herramientas internacionalmente reconocidas como los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) utilizados para medir la salubridad de los entornos mediáticos a nivel estatal e identificar las necesidades; y más recientemente, el diseño de la primera estrategia de Naciones Unidas para la Seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad<sup>85</sup>, un hito en la historia del sistema de Naciones Unidas que trataré más adelante. Antes de exponer con más detalle qué es y cómo funciona el PIDC a día de hoy, se hace necesaria una breve contextualización conceptual.

### ¿QUÉ DESARROLLO PARA QUÉ COMUNICACIÓN O QUÉ COMUNICACIÓN PARA QUÉ DESARROLLO?

El debate sobre lo que es o no desarrollo sigue tan presente como en el pasado<sup>86</sup>, y aún coexisten diversas concepciones desde distintas visiones políticas, económicas, sociales y culturales, aunque aquí voy a referirme al concepto en el marco del sistema de Naciones Unidas que es donde se enmarca el PIDC, y así lo haré también para hablar del concepto de comunicación. A partir de los años 40, cuando surge el concepto de desarrollo en el ámbito de la política internacional, se observaba desde los enfoques denominados de modernización o economicista, que entendían el desarrollo como crecimiento económico y productividad. En contraposición fueron evolucionando otras visiones que colocaban a las personas en el centro del desarrollo otorgando un papel fundamental a una multiplicidad de variables como la salud, el acceso al saber y la educación, el grado de participación de la ciudadanía en la vida pública, el respeto a la diversidad cultural, la igualdad entre hombres y mujeres, el ejercicio de los derechos humanos, la justicia, el respeto al medio ambiente, etc.

Así, en la década de los noventa el sistema de Naciones Unidas, a través de su Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), se establece el concepto de Desarrollo Humano, al que años más tarde se le añadiría el término “sostenible”. En palabras del PNUD, Desarrollo Humano se define como "el proceso de ampliación de las opciones de las personas y mejora de las capacidades humanas (la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida) y las libertades, para que las personas puedan vivir una vida larga y saludable, tener acceso a la educación y a un nivel de vida digno, y participar en la vida de su comunidad y en

---

<sup>85</sup> Más información en el siguiente enlace: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/safety-of-journalists/un-plan-of-action/>

<sup>86</sup> Nota de la Autora: existe numerosa bibliografía al respecto. En este texto no pretendo hacer un resumen exhaustivo ni preciso de la historia del desarrollo.

las decisiones que afecten sus vidas”<sup>87</sup>. El empobrecimiento se identifica entonces no con la falta de recursos, como hasta aquel momento, sino con la falta de acceso a ellos así como la privación de derechos, capacidades y libertad. Amartya Sen, economista indio en cuyas tesis se basó el concepto de Desarrollo Humano, lo definía de la siguiente manera: "El desarrollo como libertad se enfoca en los fines, o más exactamente, en la libertad para lograr los objetivos en la vida que una persona elige con su razonamiento. Ése es el cambio de enfoque que implica pasar del desarrollo como crecimiento económico al desarrollo como libertad"<sup>88</sup>.

### ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE COMUNICACIÓN?

La comunicación es, en primer lugar, y retomando su origen etimológico, una puesta en común. Yo, ciudadano o ciudadana, no solo recibo mensajes sino que los emito. Es un proceso, por tanto, bidireccional o multidireccional en el que participan dos o más personas que se interrelacionan y dialogan entre sí. Esta definición se entiende mejor en contraposición a la de información, conceptos erróneamente utilizados con frecuencia como sinónimo. Informar es un proceso unidireccional: alguien le cuenta o narra algo a una o varias personas sin que esa transmisión de información espere una respuesta, interacción o diálogo entre quien emite y quien recibe la información.

Al combinar los conceptos, la comunicación para el desarrollo se concreta, según la definición de la 51ª Asamblea General de Naciones Unidas celebrada en Diciembre de 1996<sup>89</sup>, como “aquellas acciones destinadas a promover una comunicación bidireccional que propicie el diálogo y que permita a las personas y a las comunidades expresar sus aspiraciones e intereses y participar en la toma de decisiones sobre su propio desarrollo”. Esta definición fue ampliada en el año 2006 en el Consenso de Roma, firmado en el Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo, organizado por Naciones Unidas. En esta ocasión, se añadía que la Comunicación para el Desarrollo es “un proceso social basado en el diálogo que incluye expresarse, escuchar, compartir conocimientos y experiencias, debatir, aprender y construir políticas para el cambio”.

<sup>87</sup> <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano/origenes/>

<sup>88</sup> Entrevista publicada en:

[http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2010/11/101103\\_desarrollo\\_libertad\\_entrevista\\_sen\\_aw.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2010/11/101103_desarrollo_libertad_entrevista_sen_aw.shtml)

<sup>89</sup> Texto de la Resolución 51/172 sobre La comunicación para los programas de desarrollo en el sistema de Naciones Unidas. <http://daccess-ods.un.org/access.nsf/Get?Open&DS=A/RES/51/172&Lang=S>

En el marco de la UNESCO y también del PIDC, no es posible hablar de comunicación y de desarrollo sin mencionar un derecho humano fundamental intrínsecamente unido a su trabajo: el derecho a la libertad de expresión. Su promoción, de hecho, es mandato de la UNESCO en el marco de Naciones Unidas. El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos dice así: “Toda persona 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”. Es decir, se trata del derecho no solo a recibir sino a difundir y tener acceso a los medios de expresión necesarios para ello.

#### **EL PROGRAMA INTERNACIONAL DE DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN (PIDC): ESTRUCTURA, OBJETIVOS, PROYECTOS E INICIATIVAS ESPECIALES**

El apoyo al PIDC no solo enmarca en el seno de la UNESCO, sino que la Resolución titulada “La información al servicio de la humanidad” (A/RES/66/81)<sup>90</sup>, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en su sexagésimo sexto periodo de sesiones el 9 de diciembre de 2011, “insta a todos los países, las organizaciones del sistema de las Naciones Unidas en su conjunto y todos los demás interesados a [...] prestar pleno apoyo al Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación establecido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, que debe estar al servicio de los medios de comunicación públicos y privados”.

#### ***Estructura***

El Programa Internacional de Desarrollo de la Comunicación se estructura en tornos a dos instancias: el Consejo Intergubernamental que se reúne cada dos años, formado por 39 Estados elegidos por la Asamblea General de la UNESCO por un periodo de cuatro años, y la Mesa del Consejo Intergubernamental, integrada por ocho Estados, que se reúne anualmente. El Consejo tiene un marcado carácter político. Es durante sus encuentros donde se debaten asuntos de interés para las políticas públicas estatales así como cuestiones estratégicas del propio Programa. En sus dos últimas sesiones, por ejemplo, se debatió sobre la aplicación

<sup>90</sup>[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/un\\_66\\_ga\\_resolution\\_on\\_ipdc.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/un_66_ga_resolution_on_ipdc.pdf)

tanto de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO como de los Indicadores Género para los Medios de Comunicación de la UNESCO<sup>91</sup>. El Consejo es también un espacio de intercambio de experiencias. En 2010, por ejemplo, se discutió sobre políticas públicas y herramientas para el fomento de la sostenibilidad de los medios comunitarios, un debate en el que se presentaron algunas prácticas de interés como la entonces reciente Ley de Radiodifusión Comunitaria de Uruguay; el Consejo de Prensa de Indonesia, una entidad formada por diversos sectores de la sociedad que monitorea el papel de la prensa; y la Agencia de Desarrollo y Diversidad de los Medios de Sudáfrica, que vela por la pluralidad y la diversidad de los medios en el país<sup>92</sup>.

Asimismo, el Consejo es el escenario donde se presenta el Informe bienal de la Directora General sobre la Seguridad de los periodistas y el peligro de la impunidad<sup>93</sup> que analiza las cifras de periodistas asesinados y el desarrollo de las consecuentes investigaciones judiciales, información que la UNESCO solicita a los Estados concernidos. La presentación de dicho informe va seguida de un debate este asunto de vital importancia ante las alarmantes cifras que señalan que más de 600 periodistas han sido asesinados en los últimos diez años por ejercer su profesión. El Consejo del PIDC, si bien tiene como protagonistas a los Estados, está abierto a la participación de las organizaciones civiles, que actúan como observadoras y pueden tomar la palabra durante las sesiones.

La Mesa del Consejo Intergubernamental, sin embargo, tiene carácter ejecutivo. Anualmente se encarga de evaluar las propuestas de proyectos y asignar los fondos a aquellas que consideran oportunas así como de discutir cuestiones de ejecución del Programa. En el año 2013 la Mesa está integrada por Albania, Argelia, Federación rusa, Estados Unidos, Perú, Tanzania y Tailandia bajo la presidencia de Jyrji Pikkinen (Finlandia). Asimismo, la Mesa actúa como jurado del premio PIDC-UNESCO para la Comunicación Rural que cada dos años se otorga a un medio de comunicación que haya contribuido al desarrollo de comunidades rurales. En su edición 2012 el premio fue otorgado a *Nepal Forum of Environmental Journalists*<sup>94</sup> por su labor a favor de la sostenibilidad de las radios comunitarias nepalíes y a

<sup>91</sup> Los Indicadores de género para los medios de comunicación de la UNESCO se pueden consultar en inglés en el siguiente enlace: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/gender-sensitive-indicators-for-media-framework-of-indicators-to-gauge-gender-sensitivity-in-media-operations-and-content/>

<sup>92</sup> Una presentación de estas experiencias se puede consultar en el siguiente enlace: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/ipdc/27th-session-of-the-ipdc-council/>

<sup>93</sup> Los informes están disponibles en el siguiente enlace en inglés y francés: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/special-initiatives/safety-of-journalists/>

<sup>94</sup> <http://www.nefej.org/>

*Kenyan Arid Lands Information Network*<sup>95</sup> por acercar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a poblaciones rurales.

Además de los órganos de gobierno, el PIDC está integrado por un Secretariado que trabaja de manera permanente para el programa en el seno del Departamento de Libertad de expresión y desarrollo de la comunicación en la sede de la UNESCO en París.

Cada año el PIDC recibe una media de entre uno y dos millones de dólares, una cifra nada desdeñable aunque sería necesaria una mayor participación de los Estados, tanto del Norte como del Sur. Las donaciones se hacen con carácter voluntario y en los últimos tres años los países que han realizado donaciones al PIDC son Andorra, Bélgica, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, India, Noruega, Países Bajos, Suecia y Suiza<sup>96</sup>.

### **Objetivos**

El objetivo del PIDC es promover el ejercicio del derecho a la libertad de expresión mediante la promoción de medios de comunicación libres, pluralistas e independientes de titularidad pública, privada y comunitaria tanto en prensa, televisión y radio como a través de Internet. Cuando hablamos de libres, pluralistas e independientes, nos referimos a lo siguiente: Por **libres**, libres para difundir y expresar información y opiniones. Por **independientes**, independientes de intereses gubernamentales, partidistas o empresariales. Por **pluralistas**, medios que muestren la pluralidad de opiniones y realidades de la sociedad. Tres conceptos que la UNESCO asumió como suyos desde la aprobación en el año 1991 de la Declaración Windhoek<sup>97</sup> de la que se celebran ahora veinte años y que fue un hito en la historia de la lucha por el derecho a la libertad de expresión y sus derivados como la libertad de prensa.

Para alcanzar sus objetivos, el PIDC ha establecido cuatro prioridades, a saber:

- Promoción de la libertad de expresión y del pluralismo de los medios de comunicación
- creación y sostenibilidad de medios de comunicación comunitarios.
- Capacitación de periodistas y comunicadores así como fortalecimiento de instituciones de formación periodística y de comunicación.

---

<sup>95</sup> <http://www.alin.or.ke>

<sup>96</sup> Las contribuciones detalladas, por año y país, se pueden consultar en el siguiente enlace: [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ipdc57\\_financial\\_position.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ipdc57_financial_position.pdf)

<sup>97</sup> [http://www.unesco.org/webworld/fed/temp/communication\\_democracy/windhoek.htm](http://www.unesco.org/webworld/fed/temp/communication_democracy/windhoek.htm)

- Fortalecimiento de redes internacionales, regionales y nacionales en el ámbito de la comunicación.

Desde 2006, el PIDC ha añadido otras dos prioridades en sus acciones: la promoción de la seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad y la evaluación de los entornos mediáticos nacionales utilizando los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO, ambas acciones merecen un epígrafe aparte dado su gran impacto.

### **Proyectos**

El PIDC financia cada año entre sesenta y cien proyectos<sup>98</sup> en todo el mundo. En los años 2011 y 2012, por ejemplo, se aprobaron un total de 150 proyectos por un valor de en torno a dos millones y medio de Euros, más del 50% de ellos destinados al continente africano y cerca del 40% dedicados al fortalecimiento de radios comunitarias. Las acciones del PIDC por lo general no superan los 40.000 euros, aunque en ocasiones concretas se destinan cantidades más elevadas cuando la coyuntura internacional así lo requiere. Por ejemplo, en el año 2010 se destinaron cerca de 80.000 euros a fortalecer la Asociación de Periodistas Haitianos tras el terremoto de enero de 2010; en los años 2011 y 2012 se adjudicaron 350.000 euros para la elaboración de una evaluación del contexto mediático en Túnez con el objetivo de preparar una serie de recomendaciones así como su aplicación. Existen numerosas evaluaciones de dichos proyectos, accesibles en la página web del PIDC, que muestran las lecciones aprendidas de treinta de trabajo que pueden consultarse en la página web del PIDC.

En la vida del PIDC se entrecruzan iniciativas emblemáticas que han marcado la historia del desarrollo de una comunicación participativa y transformadora. El PIDC apoyó la creación de Radio Sagarmatha en el año 1997, la primera radio comunitaria en Nepal, que hoy es una de las radios más escuchadas. El PIDC también fue pionero en el ámbito de la radio comunitaria en Bangladesh, Jordania y Ghana, entre otros países. El Programa además ha promovido la participación de las mujeres en las radios comunitarias en Somalia, México, Colombia, Islas Fiyi y Camerún, entre otros muchos. IFEX, la red internacional para la defensa de la libertad de expresión se desarrolló en sus inicios gracias, entre otras contribuciones, a las del PIDC que siempre ha tenido entre sus prioridades el fortalecimiento de redes internacionales, regionales y locales. También la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) ha recibido apoyo regular para el fortalecimiento de sus actividades. Hay países donde el PIDC ha sido

---

<sup>98</sup> Los proyectos del PIDC se pueden consultar en una base de datos accesible en el siguiente enlace en inglés y francés: <http://www.unesco-ci.org/ipdcprojects/>



determinante para la creación de los primeros departamentos de periodismo o escuelas, como por ejemplo en la República Centroafricana, Chad o Djibouti. Además, el PIDC es responsable de dos iniciativas trascendentes de los últimos años: la creación de los Indicadores de Desarrollo Mediático y la elaboración de la Estrategia de UN para la seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad.

***Iniciativas especiales: los Indicadores de desarrollo mediático y la Estrategia de NU para la seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad***

En el año 2008 se aprobaron los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) de la UNESCO<sup>99</sup>, tras dos años de consultas y reuniones internacionales. Según el propio documento, “se trata de una herramienta de diagnóstico para que todos los actores evalúen el nivel de desarrollo de los medios de comunicación en un determinado país y de esta manera determinen las áreas en las cuales más apoyo se requiere”.

Los IDM se estructuran en torno a las cinco categorías siguientes: indicadores de un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social; pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad; los medios como plataforma para el discurso democrático; capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad; y la capacidad infraestructural suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas. En el año 2011, y con el fin de promover el uso adecuado de dichos IDM, la UNESCO publicó además una guía práctica<sup>100</sup> para su aplicación. Hasta el año 2013 se aplicaron o se iniciaron evaluaciones en los siguientes países<sup>101</sup>: Bután, Bolivia, Brasil, Croacia, Ecuador, Egipto, Gabón, Irak, Jordania, las Maldivas, Mali, Mauritania, Mozambique, Nepal, Palestina, Sudán del Sur, Timor Leste, Túnez, Uganda y Uruguay. El reto en un futuro próximo será evaluar la propia experiencia de aplicación de los mismos y del impacto de sus resultados.

Otra de las recientes iniciativas del PIDC con mayor repercusión fue la elaboración de la primera estrategia de Naciones Unidas para la Seguridad de los periodistas y la cuestión de la

<sup>99</sup> Para más información y descargar dicha publicación: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/special-initiatives/media-development-indicators-mdis/>

<sup>100</sup> La guía puede descargarse en el siguiente enlace:

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/guidelines\\_mdi\\_final.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/guidelines_mdi_final.pdf)

<sup>101</sup> Las evaluaciones realizadas en base a los IDM pueden consultarse en el siguiente enlace:

<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/special-initiatives/media-development-indicators-mdis/>

impunidad<sup>102</sup>, que fue aprobada en abril de 2012 por la Junta de los Jefes Ejecutivos del Sistema de las Naciones, el mecanismo de coordinación de Naciones Unidas de más alto nivel. Este documento fue a su vez concretado en una estrategia de acción para los años 2013-2014<sup>103</sup>. Unos meses más tarde, en septiembre de 2012, el Consejo de Derechos Humanos aprobaba la Resolución A/HRC/21/12 sobre la Seguridad de los periodistas en la “que invita a los organismos, fondos y programas de las Naciones Unidas, otras organizaciones internacionales y regionales, los Estados Miembros y todas las partes interesadas pertinentes, cuando proceda y en el ámbito de sus respectivos mandatos, a que sigan cooperando en la aplicación del Plan de acción de las Naciones Unidas sobre la seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad, elaborado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura”<sup>104</sup>. Asimismo, el tema de la celebración internacional el Día Mundial de la Libertad de Prensa en San José (Costa Rica) en 2013 fue: “Hablar sin riesgo: por el ejercicio seguro de la libertad de expresión en todos los medios”.

El origen de este esfuerzo común se encuentra en el Consejo Intergubernamental del PIDC que primero, en el año 2008, solicitó la elaboración de un informe bienal sobre este tema, mencionado anteriormente, y que en el año 2010 aprobó la Decisión sobre la Seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad<sup>105</sup>, en la que se solicitaba el análisis de la factibilidad de una reunión pionera entre todas las instancias de Naciones Unidas para establecer un mecanismo de coordinación que pusiera fin a la violencia contra periodistas. Dicha reunión se celebró en septiembre de 2011 en París (Francia) y su repercusión fue más allá de lo esperado, iniciándose el proceso de redacción de lo que en unos pocos meses, en abril de 2012, ya sería la primera estrategia de la historia de Naciones Unidas en la lucha contra la violencia ejercida hacia periodistas y la cuestión de la impunidad.

En el año 2012 la Directora General de la UNESCO, Irina Bokova, condenó la muerte de 122 periodistas, una cifra que ha ido creciendo a lo largo de los últimos años. Son cada vez más los periodistas que son asesinados por ejercer su profesión, en la mayoría de los casos cuando están investigando casos de corrupción o de crimen organizado. Por eso, el reto de cómo

---

<sup>102</sup> El Plan de acción de Naciones Unidas para la Seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad se puede consultar en el siguiente enlace: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/safety-of-journalists/un-plan-of-action/>

<sup>103</sup> La Estrategia de Naciones Unidas para la Seguridad de los Periodistas y la Cuestión de la Impunidad 2013-2014 se puede consultar en el siguiente enlace: [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/official\\_documents/Implementation\\_Strategy\\_2013-2014\\_REV8march.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/official_documents/Implementation_Strategy_2013-2014_REV8march.pdf)

<sup>104</sup> Texto completo de la Resolución A/HRC/21/12: <http://daccess-ods.un.org/access.nsf/Get?Open&DS=A/HRC/RES/21/12&Lang=S>

<sup>105</sup> El texto íntegro de esta Decisión se puede encontrar en el siguiente enlace:

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/ipdc2010\\_safety\\_decision\\_final.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/ipdc2010_safety_decision_final.pdf)

garantizar el libre ejercicio del periodismo no solo para periodistas profesionales sino también para comunicadores y blogueros se ha convertido en una de las prioridades no solo del PIDC sino de la UNESCO, que trabaja mano a mano con centenares de organizaciones sociales y profesionales así como organismos internacionales y Gobiernos para hacer realidad el Plan de Acción de Naciones Unidas para la Seguridad de los periodistas y la Cuestión de la Impunidad<sup>106</sup>.

El Programa Internacional de Desarrollo de la Comunicación<sup>107</sup> sigue su curso, adaptándose a nuevas realidades y retos en el ámbito de la libertad de expresión y de los medios de comunicación. Los cambios en el ámbito de los medios de comunicación son enormes tanto en la elaboración de su contenido, la utilización de diferentes plataformas, la relación entre quien informa y su público, las fuentes de financiación, su sostenibilidad, etc. Estos cambios vertiginosos que vive la comunicación no son ajenos al PIDC y éste tiene la tarea de analizarlos para adaptarse también a las nuevas necesidades. Treinta años después, el papel del PIDC sigue siendo relevante. Lo veremos dentro de otros treinta años.

---

<sup>106</sup> El Plan de acción de Naciones Unidas para la Seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad se puede consultar en el siguiente enlace: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/safety-of-journalists/un-plan-of-action/>

<sup>107</sup> <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/>

## “**Primeros resultados de la Iniciativa de los Países del Sur y Emergentes en el campo de la Comunicación para el Desarrollo**”

*Carlos Tiburcio*<sup>108</sup>

### **NUEVO ESCENARIO MUNDIAL**

El nuevo rol de los países del el Sur y Emergentes en el mundo acentúa la brecha en el campo de la comunicación. Un ejemplo claro de esta afirmación es que de 1999 a 2008, el G-20 funcionó como un foro de Ministros de Finanzas y Presidentes de Bancos Centrales. Con la crisis financiera internacional (2008-2009), el grado de representación del grupo fue elevado, por iniciativa del Presidente brasilero Lula, a encuentro de nivel de Jefes de Estado y de Gobierno. Así, en noviembre de 2008, en Washington, se celebró la primera Cumbre de los líderes del G-20, destacando la importancia que el Grupo había conquistado. La legitimidad del G20 como el principal foro para la discusión de las cuestiones económicas y financieras se materializó en Pittsburgh en septiembre de 2009, teniendo su origen en los resultados exitosos de sus medidas en el contexto de crisis. Cuanto más se fortalece y expande la posición de los países del Sur y Emergentes en el mundo, más se evidencia la brecha de comunicación en relación a los países del Norte.

### **CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNACIONAL**

La concentración y el poder de los medios de comunicación ha aumentado enormemente en todo el planeta. Cada vez más, los grandes grupos empresariales de medios determinan casi todo lo que las sociedades modernas oyen, ven y leen acerca de la realidad de la local, nacional y mundial. Tratan de ejercer una influencia decisiva sobre las agendas políticas públicas, en particular en relación a las disputas de poder en los procesos democrático-

<sup>108</sup> Asesor Especial del Gabinete Personal de la Presidencia de la República de Brasil, Oficina adjunta de informaciones en Apoyo de Decisiones (GAIA), y representante de Brasil en la Iniciativa Sur-Sur de Comunicación.

electorales. Estados Unidos lidera el campo a través de su poder político y económico, y sus medios están disponibles en todo el mundo, en inglés o en versiones traducidas. Estados Unidos es el gigante mundial en todas las esferas de los medios de comunicación: en noticias y temas de actualidad (CNN, disponible en 260 millones de hogares de todo el mundo; Discovery, 180 millones de hogares en todo el mundo); a través de una programación más destinada a jóvenes (MTV, la mayor cadena de televisión en todo el mundo, llegando a 418 millones de hogares); televisión para niños (Disney), largometrajes (Hollywood), deportes (ESPN) e Internet (Google).

### **NUEVOS MEDIOS, NUEVAS POLÍTICAS**

Con las nuevas tecnologías de la información, en particular Internet, están teniendo lugar algunos cambios importantes. En este sentido, quiero remarcar tres cuestiones generales:

- Los costes de producción de la comunicación, en todos los niveles, están bajando cada vez más, permitiendo que tanto ciudadanos individuales como colectivos puedan invertir en un amplio acceso a la información y la producción y difusión de contenidos;
- la contradicción entre las multinacionales de telecomunicación y las empresas de radiodifusión, en prácticamente todos los países, ha forzado el debate público y democrático sobre la forma de hacer una regulación democrática de estas nuevas relaciones;
- y, como ya he dicho, una nueva realidad geopolítica internacional se está formando alrededor de los países emergentes, especialmente del Sur, creando condiciones para cambios en el escenario de la comunicación internacional.

### **POSIBILIDADES Y PERSPECTIVAS**

Esta transición que está ocurriendo debe servir de estímulo para todos los que luchan por el cambio: las estructuras, en todos los niveles, incluidos los medios de comunicación, son cada vez más inestables.

Si se tocan puntos clave, con propuestas y contenidos nuevos y creativos, se pueden lograr cambios en un tiempo relativamente corto. Pero siempre es importante destacar que los resultados dependen de la técnica y la política, incluyendo nuevas formas de hacer política, con una participación de la sociedad cada vez mayor.

## ASOCIACIÓN CON IPS

Brasil tiene una relación especial con la agencia *Inter Press Service*. En 2003, hizo una invitación importante al gobierno. Así, en 2004 fuimos el primer país del Sur en integrar el Grupo de Países sostenedores de IPS, grupo que presidimos desde noviembre de 2009.

Es decir, Brasil se ha comprometido a participar y contribuir a los cambios en la comunicación y considera que IPS tiene un papel importante en este proceso. Tener la iniciativa de organizar este tipo de Encuentros es un claro ejemplo de este papel.

## BRASIL Y LA INICIATIVA DE LOS PAÍSES DEL SUR Y EMERGENTES EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Los gobiernos del Presidente Lula y la Presidenta Dilma están buscando hacer en el campo de la comunicación internacional lo que ya comenzaron a trabajar en otras áreas, como lanzar y mantener iniciativas en favor de un orden económico, financiero y comercial más justo que beneficie a los países pobres y en desarrollo, reduciendo las asimetrías mundiales. Esto es lo que Brasil pretende con esta iniciativa de comunicación con los países del Sur y Emergentes. Los objetivos generales de esta iniciativa son:

- Fomento de la cooperación en los ámbitos público y privado para buscar el equilibrio en la información Sur-Sur y Sur-Norte.
- Fortalecer las agencias de comunicación del Sur.
- Desarrollar acciones y proyectos de interés común, especialmente en América Latina, África, Oriente Medio y Asia.

## HISTORIA DEL PROCESO: ENCUENTROS DE ROMA, NUEVA YORK Y GINEBRA

Brasil invitó a los países del Sur y Emergentes para una primera reunión consultiva sobre comunicación internacional, celebrada en Roma en noviembre de 2009, con el apoyo de la agencia IPS y la Unidad Especial para la Cooperación Sur-Sur de las Naciones Unidas (PNUD). Como continuación de esa iniciativa, los invitó a una segunda reunión, celebrada en Nueva York, poco después de la Asamblea General de la ONU, en septiembre de 2010; y una tercera, que se produjo dos meses después, en noviembre de 2011, en Ginebra, en el contexto de un

evento de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). En total, 24 países del Sur y Emergentes están participando en este proceso que se mantiene en la actualidad.

**PRIMERA FECHA: ROMA, 26 DE NOVIEMBRE 2009**

En esta reunión participaron Sudáfrica, Arabia Saudita, Brasil, Qatar, Corea del Sur, Turquía y Venezuela. Las Instituciones que lo promovieron fueron la Unidad Especial de Cooperación Sur-Sur (PNUD) e Inter Press Service. En esta reunión se buscó el consenso en torno a diversas necesidades a identificar:

- Formas innovadoras de participación de los actores antiguos y nuevos en el campo de la comunicación en este proceso (agencias nacionales de noticias, grupos mediáticos, universidades, periodistas, etc.).
- Nuevos campos y áreas de conocimiento (por ejemplo, la economía creativa).
- Medios y capacidades para tratar de lograr un escenario de comunicación global más equilibrada - quedó claro en la reunión que esto no significa una oposición entre el Norte y el Sur, sino un proceso de complementariedad.

En cuanto a las propuestas de acciones concretas, se acordó:

- Crear una especie de Media Club de la Cooperación Sur-Sur y países Emergentes.
- Llevar a cabo experiencias conjuntas de comunicación - por ejemplo, Fórum de Editores en la IV Cumbre IBSA (India, Brasil y África del Sur) - y crear "Boletín de los países del Sur y Emergentes", teniendo en cuenta la experiencia de IPS en este tipo de trabajo, ya que el Forum de Editores IBSA se celebró en Brasilia en abril de 2010, bajo la coordinación de IPS.
- Crear un "Fondo para la Comunicación de países del Sur y Emergentes", dentro del sistema de las Naciones Unidas como medio para movilizar el apoyo financiero adecuado a la iniciativa.

**SEGUNDA REUNIÓN: NUEVA YORK, 27 DE SEPTIEMBRE 2010**

En esta ocasión participaron Sudáfrica, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, India, Malasia, Nicaragua, Panamá, Kenia, Uruguay y Vietnam. Las Instituciones organizadoras fueron la Unidad Especial de Cooperación Sur-Sur (PNUD) e Inter Press Service; con el Banco Mundial y la Oficina del Consejo de Prensa de las Naciones Unidas como observadores.

Del trabajo llevado a cabo en esta reunión, las principales conclusiones fueron:

- Las comunicaciones internacionales dan relativamente poca visibilidad a los países del Sur y emergentes, a pesar de su creciente presencia política y económica.
- Las noticias en los medios globales sobre estos países, principalmente en temas de desarrollo, tienden a tener un abordaje tendencioso.
- Los países del Sur, con poco conocimiento en Tecnologías de la Información y sin una infraestructura adecuada, tienen una comunicación ampliamente filtrada a través de los medios de comunicación internacionales.

#### **TERCERA REUNIÓN: GINEBRA, 23 DE NOVIEMBRE 2010**

En esta tercera reunión, participaron Argentina, Brasil, Qatar, Chile, Costa Rica, Egipto, Guatemala, Indonesia, Malasia, Marruecos y Perú. Las instituciones organizadoras fueron la Unidad Especial de Cooperación Sur-Sur (PNUD) e Inter Press Service; con el Banco Mundial como observador.

Esta reunión incluyó y aprobó tres documentos básicos - Libro Blanco, Hoja de Ruta y Plan de Negocio - como principales referencias para la elaboración de un acuerdo multilateral, y renovó el mandato de Brasil para continuar llevando adelante la iniciativa. La Unidad Especial para la Cooperación Sur-Sur (PNUD) presentó el *Libro Blanco*, con un guión escrito por el Doctor Daya Thussu, profesor de Comunicación Internacional en la Universidad de Westminster, y la Hoja de Ruta. Por su parte, IPS presentó el Plan de Negocios.

Los puntos clave del *Libro Blanco* y la Hoja de Ruta fueron la acción coordinada de los países del Sur y Emergentes en el campo de la comunicación; y la noción de que la cooperación Sur-Sur es un complemento y no un sustituto de la cooperación Norte-Sur, y esta iniciativa debe entenderse bajo este criterio.

Establecieron además una serie de recomendaciones, tales como:



- El intercambio de materiales audiovisuales entre los medios del Sur.
- Estrategias de precios diferenciados para el contenido de los medios para el Sur.
- Programas de entretenimiento para transmitir mensajes sociales y educativos a través de los medios del Sur.
- La adaptación de los contenidos educativos a fin de reflejar las prioridades del Sur.
- Becas para permitir el intercambio de periodistas y académicos, así como esquemas de transferencia de profesionales de todo el Sur.
- Canales especializados, como una red de noticias del Sur, para promover las relaciones Sur-Sur y el pluralismo de los medios de comunicación.
- Creación de un portal multilingüe del Sur, que privilegie noticias y comentarios del Sur y actúe de este modo como agregador de noticias.

Con respecto al Plan de Negocios, las principales propuestas fueron:

- La creación de una red de intercambio Sur-Sur de la información (un sitio web multimedia, incluyendo noticias, entrevistas, columnas, estudios realizados por centros de investigación, universidades y otras instituciones de los países interesados en participar en este proceso, y una sección especial para las empresas públicas y privadas, ofreciendo oportunidades de inversión).
- Organización de conferencias temáticas, cursos de formación para periodistas y Observatorio de Medios sobre las relaciones Sur- Sur y Sur- Norte.
- Institución del Premio y Festival anuales de Periodismo Sur-Sur.

## CONCLUSIONES

Después de la reunión en Ginebra, Brasil está dando prioridad a las negociaciones bilaterales con los países más comprometidos con la iniciativa. En este momento, un proyecto de documento base está en proceso de consultas en el Sistema de Naciones Unidas. Recientemente, con el apoyo del Banco Mundial, IPS ha creado el portal IBAS en inglés y portugués, lo que implican avances en el camino que marcamos.

Al mismo tiempo, los países del Sur y Emergentes están incentivando a un grupo empresarial a desarrollar un proyecto para crear la TV WEB de IPS, una TV del Sur, bajo la coordinación editorial de IPS.

Desde julio de 2011, fecha de realización del texto en el marco de las conferencias en Santander, hasta marzo de 2013, se pueden establecer diversos avances en la Iniciativa de Comunicación de los países del Sur:

- Las expresiones de apoyo del Presidente de la Asamblea General de la ONU (2011/2012), el Embajador Nassir Abdulaziz Al-Nasser de Qatar, quien nos dio audiencia para tratar el tema en noviembre de 2011 en Helsinki (Finlandia) durante la reunión anual de IPS. El embajador Al-Nasser es el actual Presidente del Consejo de Administración de IPS, elegido el uno de octubre de 2012, y el Representante de Alto Nivel de la Secretaría General de la Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas.
- Gestión específica de la Unidad Especial para la Cooperación Sur- Sur, Cooperación ONU/ PNUD, que presentó el proyecto de la Iniciativa Sur-Sur de Comunicación a la Comisión de Evaluación de Proyectos (PAC) de la ONU, en una reunión celebrada el 4 de octubre de 2012, en la cual fue aprobada.
- El reciente interés en la participación de la FAO, a través de su Director General, José Graziano da Silva, en la Iniciativa Sur- Sur de Comunicación, dirigido especialmente a la cuestión de la Seguridad Alimentaria en la comunicación internacional.
- Anuncio del lanzamiento de IPS WebTV en un evento celebrado en la Conferencia Río +20 proyecto de la ONU Rio +20 de Naciones Unidas, proyecto que fortalecerá la comunicación Sur-Sur y Sur-Norte, que se prevé entrará en funcionamiento a lo largo de 2013.

A partir de estas condiciones, se abrió una nueva oportunidad de comenzar la aplicación de la Iniciativa de Comunicación Sur-Sur en el Seminario Internacional de IPS “El nuevo escenario de la cooperación Sur-Sur y el papel de la comunicación”, que se celebró en Argentina.

## **Comunicación y Cooperación Sur- Sur. Hacia un escenario de comunicación y desarrollo que efectivamente contribuya a luchas contra la pobreza, la exclusión social y la desigualdad.**

*Vusi Mona*<sup>109</sup>

### **1. INTRODUCCIÓN**<sup>110</sup>

Déjenos dibujar por un momento un país devastado por una guerra civil, hambre, pobreza, VIH y SIDA y otras catástrofes. ¿Qué país viene a su cabeza? Sí, lo sé, algún país del Sur. Al mismo tiempo, piensen en democracia, libertad y otras connotaciones positivas, y estoy seguro de que en la mayoría, si no en todos los casos, aparecerán principalmente imágenes de los países occidentales.

La mayoría de las personas, incluso antes de haber estado en estos países, ya tienen desarrolladas percepciones e imágenes mentales sobre su gente. Todos y todas, incluidas las personas de los países en desarrollo, lo que conocen de los países del Sur, es aquello tristemente transmitido por el imaginario de los medios occidentales.

Déjenos tomar a África, por ejemplo. Los medios occidentales salpican titulares que hablan en términos generales y absolutos sobre la hambruna en África. ¡Nosotros fuimos testigos, durante la Copa del Mundo de 2010 en Sudáfrica, de la ignorancia de la gente que no sabe que África es un continente y no un país!

La cobertura de guerras, conflictos civiles, golpes de estado, opresión, corrupción y la violencia en general en el Sur configuran el discurso básico de los medios occidentales. Además, el Sur es generalmente representado como una amenaza a la tradición democrática occidental.

---

<sup>109</sup> En 2010 era Responsable de Comunicación del Gobierno de Sudáfrica.

<sup>110</sup> Traducción de Raquel Martínez-Gómez.

Los hallazgos de un estudio sobre comunicación, llevado a cabo después de ser sede de la primera copa Mundial de Fútbol en África en 2010, mostraban que la percepción internacional más común del continente estaba centrada en la imagen negativa de la pobreza. No refutamos que la pobreza sea un desafío y, de hecho, la erradicación de la pobreza está entre las prioridades del gobierno sudafricano y muchos otros gobiernos en África sitúan la erradicación de la pobreza en la cima de sus programas e intervenciones.

Cuando los medio occidentales dan antecedentes y explicaciones, tienden a culpar, primordialmente, el comportamiento de las naciones, organizaciones y políticos del Tercer Mundo, y sus políticas subdesarrolladas. Dichas explicaciones restan importancia a los efectos directos e indirectos del legado del apartheid, en el caso de Sudáfrica, el colonialismo occidental, las prácticas de las corporaciones multinacionales, las intervenciones militares (como la que hemos visto en Libia recientemente) y el comercio internacional.

## 2. ANTECEDENTES

Estoy seguro de que ustedes están familiarizados con términos como el de nación “arco iris” o “milagro” referidos a la llegada de la democracia en Sudáfrica en 1994. Este “milagro” no se nos otorgó; fue el resultado de una larga y dura lucha contra el sistema del *apartheid*.

Me gustaría, solo por un momento, trasladarles a aquellos históricos meses que precedieron las primeras elecciones democráticas en Sudáfrica en 1994. Escritores internacionales, y especialmente occidentales, viajaron a Sudáfrica buscando exclusivas y noticias. Pero, desafortunadamente, las noticias que estaban buscando no tenían nada que ver con nuestra lucha hacia la democracia ni con los preparativos de nuestras primeras elecciones.

Los periodistas occidentales, como es propio en su actitud, vinieron buscando sangre: “Si no hay sangre, no vende”. El tono de la cobertura de los preparativos electorales estaba impregnado de estas expectativas. Sudáfrica estaba en un periodo muy complicado, pero los agoreros de los medios internacionales continuaban avivando percepciones públicas negativas, provocando que algunos sudafricanos llevaran a cabo acciones drásticas y almacenaran innecesariamente comida en lata y combustible, preparándose para otra guerra civil. Sin embargo, la resiliencia y motivación de nuestros líderes abrió los ojos al mundo para mostrar un verdadero cambio que se mantenía fuerte a pesar de su pasado atroz.

Obviamente, estos periodistas regresaban a sus países decepcionados, diciendo que las elecciones de 1994 se sucedieron con tranquilidad.

El envío de periodistas, que esperaban ver la sangre en la Sudáfrica de 1994 y vivir una guerra civil que hubiera ocupado los *prime time* televisivos en las noticias, nos enseñó que la presentación de los hechos sobre África (y también sobre el resto de los países del Sur) está focalizada en los intereses y estereotipos de los medios occidentales. Los reportajes son principalmente información de escritores que veían el Sur desde una perspectiva occidental.

### 3. LOS ESCRITORES DE LOS PAÍSES OCCIDENTALES

La asignación de recursos de los medios occidentales ha permitido que dispongan de una red establecida internacionalmente. El hecho de que los medios occidentales se consideren a sí mismos como abastecedores de las noticias internacionales podría anticipar un orden mundial de la información donde todos estamos informados, al menos en lo general, sobre las claves para el desarrollo de la comunidad global. Nosotros, por supuesto, sabemos que esto no es real.

Escritores y periodistas son seres humanos y uno admitiría que algunas noticias reflejen la actitud del autor, su *background* y valores. Sin embargo, el peligro deviene cuando esta parcialidad llega a niveles evidentes de falsedad. Lo que nosotros recibimos sobre la comunidad global está basado en percepciones y, algunas veces, falsedades de escritores cuyas voces son formadoras de opiniones e, incluso, de opiniones maniobradas para el público.

El resultado de que algunos escritores occidentales sean las voces más importantes en la agenda de los medios internacionales deviene en percepciones de África “como continente oscuro”, ligado a referencias como que es “el último de los continentes en sentir la influencia de la sociedad occidental”; por lo que mucha gente lo considera como un continente atrasado<sup>111</sup>.

Nadie niega que África enfrenta numerosos retos relacionados con la pobreza, la inestabilidad social, la corrupción y otros desafíos para su desarrollo. En muchas ocasiones, los

---

<sup>111</sup>[http://wiki.answers.com/Q/Why\\_is\\_African\\_called\\_the\\_dark\\_continent](http://wiki.answers.com/Q/Why_is_African_called_the_dark_continent)

líderes africanos son los primeros que atestiguan dichos retos como aquellos que impiden el crecimiento y el desarrollo.

Sin embargo, los medios occidentales crean la impresión de que estos retos están solo presentes en África y lo usan como un arma para desacreditar a los africanos, como si fueran incapaces de liderar estados democráticos modernos. Al mismo tiempo, estos periodistas retratan acontecimientos similares en sus propios países como una oportunidad para el cambio y la transformación social.

Tomen, por ejemplo, el escándalo en Reino Unido por las dietas cobradas en el Parlamento que ocurrió hace unos meses. Si esto ocurriera en un país africano podría reforzar los estereotipos negativos y los reportajes de los medios podrían dar la impresión de un continente al borde del colapso. Incidentes de una naturaleza similar en Occidente son enmarcados consistentemente como “oportunidades” para el renacimiento y la transformación.

Otro ejemplo en este sentido está relacionado con el escándalo de escuchas telefónicas en el Reino Unido. Cuando el Primer Ministro, David Cameron, anunció que iba a realizar una investigación para determinar los fallos de la autorregulación de la prensa, no hubo titulares estridentes en Occidente acerca de cómo esto podría ser una amenaza para la libertad de los medios. Yo no estoy seguro de que la reacción hubiera sido la misma si un líder político del Sur hubiera hecho un anuncio similar. La declaración de Cameron fue vista y presentada como una oportunidad para reflexionar, pero un anuncio de estas características hecho en el Sur podría haber sido visto, especialmente por Occidente, como una amenaza a la libertad mediática.

#### **4. SER SEDE DE LA PRIMERA COPA DEL MUNDO AFRICANA DE LA FIFA EN 2010**

El hecho de que Sudáfrica albergara con éxito la Copa del Mundo en 2010 fue visto como parte del desarrollo y logros del continente. Oportunidades abiertas para el cambio de reputación y para afrontar los retos para el continente y el país. Ser país anfitrión fue como poner un gigante cristal sobre Sudáfrica –nuestros mejores atributos fueron resaltados, pero, igualmente, el mínimo defecto o fallo fue magnificado más allá de las proporciones usuales.

La Copa del Mundo tuvo un impacto positivo y catalítico en la cohesión social, la eficiencia económica y el sentido del humor en Sudáfrica y también en la percepción pública que se generó de nosotros a lo largo del mundo.

La FIFA otorgó una puntuación de 9 puntos sobre 10. Su presidente, Sepp Blatter, confirmó que habíamos trabajado avanzando como nación. Así, muchos de aquellos que se habían mostrado cínicos y críticos con nosotros nos aceptaron.

Nuestra experiencia como anfitriones de la Copa del Mundo nos enseñó, como gobierno, que mientras te haces acreedor de confianza y respeto también debes inspirar y conectarte con la gente en los niveles emocionales y racionales. Para nosotros, el mayor éxito de albergar el evento fue lograr una imagen amplificadora para Sudáfrica y el continente africano. Fue una poderosa herramienta para deconstruir los estereotipos negativos acerca de lo africano.

#### ***4.1. La agenda internacional de los medios***

En las vísperas de la Copa del Mundo no hubo muchas informaciones en los medios internacionales que dieran fe de las condiciones de seguridad que Sudáfrica había utilizado siendo sede de otros eventos internacionales. Albergamos, por ejemplo, la Conferencia Mundial contra el Racismo, la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible, la Copa Mundial de Rugby, la Copa Mundial de Cricket y otros grandes eventos internacionales, incluida la Premier League india (que fue promovida por India, irónicamente, por preocupaciones de seguridad).

En vez de eso, las noticias sobre Sudáfrica previas al evento se basaron en desalentadores titulares, tales como: “Miedo constante y disturbios reinan en los suburbios de Sudáfrica” (New York Times); “El debacle y caída de Kenya” (The Independent); y “Nación en caos (Guinea-Bissau) alberga pocas esperanzas de voto” (New York Times).

Vale la pena destacar que el artículo del New York Times que titulaba como “Miedo constante y disturbios reinan en los suburbios de Sudáfrica” fue publicado ocho días después de la final de la muy exitosa Copa de Confederaciones de la FIFA 2009, cuya sede fue Sudáfrica. Aunque los contenidos del artículo están generalmente más allá de toda disputa, el cuándo y el cómo apareció ensombreció una etapa crucial de las preparaciones de Sudáfrica para la Copa del Mundo de 2010.

¿Por qué una publicación sería como New York Times, que había expresado previamente su preocupación acerca de las habilidades de Sudáfrica para albergar la Copa del Mundo, publica un artículo que comunicaba miedo y anarquía como primer reportaje sobre el país después de ser precursor exitoso de la Copa del Mundo?

Gran parte del pesimismo acerca de las capacidades de Sudáfrica para albergar la Copa del Mundo estaba basado en la ignorancia (como se refleja en el artículo de Louise Taylor, “¿Por qué ir a Sudáfrica para la Copa del Mundo me aterroriza?”). El pesimismo también puede ser atribuido a la percepción negativa, prejuicio y, más importante, a una interpretación alarmista de la situación del crimen en Sudáfrica. El artículo de Louise Taylor, publicado el 7 de julio de 2009, llega a decir: “Personalmente, hubiese preferido que la Copa del Mundo 2010 hubiese sido en Egipto”; y añadía: “En términos de criminalidad, Egipto es extremadamente seguro”. Lo que pasó en los dieciocho meses siguientes, en ambos casos, tras el éxito sudafricano de haber albergado la Copa Mundial y la revolución egipcia, es algo que no encaja en los estereotipos sobre Egipto y Sudáfrica de la señora Taylor.

La falta de apreciación y entendimiento básico de África por la ciudadanía internacional se mostró también cuando Phil Brown, el entrenador del Hull City, sembró dudas sobre las capacidades de Sudáfrica para ser sede del torneo en el contexto del ataque al bus del equipo de Togo en Angola en la Copa Africana de Naciones.

Danny Jordaan, jefe organizador de la Copa del Mundo de Sudáfrica, acertadamente respondió: “Equiparar Angola con Sudáfrica –entre las que hay una distancia de 1.000 millas– fue injusto. Afortunadamente, la mayoría del mundo no está influenciado por este entendimiento limitado del continente africano”. Y añadió: “Si hubiera una guerra en Kosovo y la Copa del Mundo tuviera lugar en Alemania nadie se preguntaría si la copa del Mundo puede ser en Alemania. Todos entenderían que la guerra en Kosovo es una guerra en Kosovo. El mundo debe balancear y no aplicar estándares diferentes cuando se habla sobre el continente africano”.

Aunque hubo algunos medios occidentales que demostraron conocimiento socio-histórico y político de Sudáfrica, hubo otros, especialmente los tabloides sensacionalistas británicos, que continuaron jugando con los estereotipos negativos acerca de África en general.



## 5. LA APAGADA VOZ DEL SUR

### 5.1. *La voluntad política del Sur (titulares)*

La voluntad política y determinación del Sur es evidente en la actual política internacional. Los países del Sur se han organizado para hacer un llamamiento a los países del Norte a ser más receptivos a las necesidades de los países en desarrollo y poder jugar un papel más visible en los asuntos globales. Sudáfrica es un país comprometido a intensificar sus relaciones con países del Sur y países emergentes a través de alianzas bilaterales activas y fuertes.

#### 5.1.1. BRICS (Brasil, Federación Rusa, India, China y Sudáfrica)

La incidencia de Sudáfrica para convertirse en miembro pleno de los BRICS fue encabezada por el Presidente Jacob Zuma, quien fue invitado a asistir a la tercera Cumbre de Líderes que tuvo lugar en China en abril de 2011. Los BRICS son un poderoso bloque de economías emergentes, las cuales cuentan con un Producto Interior Bruto combinado de 18 trillones de rand (moneda sudafricana) de diciembre de 2010. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), los BRICS acapararán el 61% del crecimiento global en los próximos tres años.

Sudáfrica y el resto de los estados miembros del BRICS van a continuar colaborando en conjunto en varias organizaciones internacionales como las Naciones Unidas (UN), el Grupo de los 20 (G-20), el IBSA (India, Brasil y Sudáfrica), y el Foro de Diálogo. Sudáfrica también ve al Movimiento de países no alineados (NAM) y al Grupo de los 77 (G-77) como importantes lugares de interacción Sur-Sur, especialmente dentro del marco de Naciones Unidas.

Como miembro del BRICS, Sudáfrica aboga para que se priorice el papel de las economías emergentes y de que su rol se fortalezca en la agenda de desarrollo internacional. Sudáfrica está comprometida con la consolidación de la agenda africana y usará su pertenencia a los BRICS para incrementar estrategias de mercado y de cooperación entre economías emergentes en el Sur en apoyo a esta agenda.

Formar parte del BRICS es una oportunidad para Sudáfrica de mejorar su reputación y afianzarse como uno de los países que más activamente están haciendo campaña por la reforma de las instituciones multilaterales, incluidas la organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Consejo de Seguridad de Naciones Unidas.

Como parte del G20 y del Grupo de los 5 (G5, las cinco naciones emergentes), Sudáfrica usará también su pertenencia al BRICS para apoyar una postura de desarrollo en foros multilaterales, incluyendo temas de la agenda tales como el cambio climático o el mercado agrícola. La 17 Conferencia de las partes (COP 17), para el marco de Naciones Unidas sobre la Convención del Cambio Climático (UNFCCC), con sede en Sudáfrica, se esforzará en conseguir una posición común de desarrollo con el fin de reducir emisiones de gas.

Sudáfrica mantiene su compromiso de asegurar un acuerdo vinculante sobre cambio climático como respuesta al incremento de los efectos visibles del cambio climático y reitera que cualquier acuerdo final debe apoyar la agenda de desarrollo del Sur. Los miembros del BRICS han firmado el protocolo de Kyoto, un plan de acción para reducir las emisiones de carbono.

#### **5.1.2. Consejo para la Paz y Seguridad de las Naciones Unidas**

Sudáfrica fue de 2011 a 2013 miembro no permanente del Consejo para la Paz y la Seguridad de las Naciones Unidas. Sudáfrica aprovechó este espacio como una oportunidad de contribuir a reformar los métodos de trabajo del Consejo y trabajar hacia el logro de un Consejo más representativo, legitimado y más efectivo.

Sudáfrica también optó por profundizar las relaciones y cooperación entre el UNSC y la Unión Africana (AU). Esto incluye el fortalecimiento de las instituciones continentales para responder a los retos de pobreza, subdesarrollo, paz, seguridad y estabilidad del continente. Todos los países pertenecientes al BRICS estuvieron en 2011 en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, tanto como miembros permanentes (China, Federación Rusa) como miembros no permanentes (Brasil, India y Sudáfrica), lo que fue un gran paso para mejorar los esfuerzos de cooperación.

#### **5.1.3. IBSA (India, Brasil y Sudáfrica)**

La diversificación de los objetivos e intereses de la política exterior de Sudáfrica permitió a los dos grupos (IBSA y BRICS) coexistir como si fueran altamente complementarios. Sudáfrica encabezó la creación del IBSA en 2003 como un vehículo para dirigir los imperativos de

desarrollo del Sur. IBSA fue concebido como una voz y plataforma del Sur, con vistas a convertirse en un G-8 del Sur.

IBSA se ha convertido en un importante mecanismo para fortalecer la coordinación en asuntos regionales e internacionales, promoviendo la cooperación Sur-Sur para amplificar la voz colectiva del Sur y profundizar mutuamente la cooperación trilateral, basada en experiencias, complementariedades y recursos comunes. IBSA está definido por una fuerte relación política entre los tres países y sus regiones, y alienta y apoya iniciativas para fortalecer la cooperación económica, que es un reflejo de esas relaciones políticas. IBSA aspira a incrementar los volúmenes de comercio entre los tres países a 25 mil millones de dólares para 2015.

## **5.2. La hegemonía de los medios occidentales**

A pesar de la voluntad política y determinación de los países del Sur, sus voces en el sector de los medios de comunicación aparecen, en muchos de los casos, inaudibles. Es importante contextualizar el impacto de los medios de masas en el Sur dentro del contexto socioeconómico. El análisis de Croteau y Hoynes<sup>112</sup> acerca de los dramáticos cambios estructurales en la industria de los medios están basados en crecimiento e integración, globalización y concentración de la propiedad, a cada uno de ellos me refiero a continuación.

### **5.2.1. Expansión de los medios de comunicación**

A lo largo de las últimas décadas, la industria mediática ha experimentado cambios significativos que han llevado a un incremento de su voz y de su influencia en la sociedad, en políticos e incluso en el sector económico.

Croteau y Hoynes lo ilustran acertadamente: “En 1983 tuvo lugar la fusión más grande hasta la fecha, cuando la cadena de periódicos Gannett compró la Corporación Combined Communication, propietaria de carteleras, periódicos y estaciones de radio y televisión por valor de 677 millones de dólares USA de 2006. En el 2000, AOL adquirió Time Warner, por un acuerdo de 191 miles de millones de dólares americanos en 2006, lo que supone un valor de 282 veces más que el anterior”.

---

<sup>112</sup>Eoin Devereux (2007), “Mass Media: Key issues and debate”, capítulo 2: *The Media Industry: Structure, Strategy and Debates*, por David Croteau y William Hoynes, Londres: Sage Publications Ltd.

La magnitud de esas fusiones ha significado que las compañías de medios se hayan convertido en centros de negocios que abarcan la mayoría, si no todas las plataformas de la cadena de medios; desde la publicidad, pasando por internet, televisión, radio, películas, etc.

Los medios occidentales reúnen conglomerados de empresas en todas las esferas de los medios de comunicación. Ello ha llevado a la dominación, no solo de unos individuos y empresas sobre otros, sino también a la dominación de los puntos de vista e ideologías que, gracias a su enorme peso económico, ahogan las voces de entidades emergentes, tales como las del Sur.

El pionero de los medios de comunicación, Ted Turner, nos regaló una instantánea cuando dijo: “Hoy, el único camino para que las compañías de medios puedan sobrevivir es siendo propietarios de todo el proceso de la cadena de medios... Los grandes medios de hoy quieren poseer el grifo, la tubería, el agua y el depósito. Las nubes de lluvia vienen después” (Turner, 2004).<sup>113</sup>

Las redes sociales también han borrado las fronteras y distinciones entre muchas cosas, si no todas, de esas plataformas –en el sentido de que los contenidos procedentes de periódicos y radios pueden descargarse ahora fácilmente de Internet para alcanzar a la comunidad global virtual. Esas plataformas tecnológicas significan que los medios de comunicación están convergiendo más allá. En Sudáfrica dimos la bienvenida y apreciamos la tecnología, así como el poder que otorgan para transgredir todas las fronteras. Esto es importante para asegurar que estamos empleando esta plataforma para fortalecer valores tradicionales que son todavía relevantes y pertinentes en nuestra edad moderna. El gobierno de Sudáfrica también entiende que para seguir siendo relevante para nuestra juventud, ya que ellos y ellas serán los líderes futuros, tenemos que engancharles a través de su medio preferido, que son los medios sociales. Es importante tomar nota de que hemos desarrollado unas directrices para asegurar que la comunicación del gobierno a través de las redes sociales mantiene el equilibrio con la legitimidad del Estado.

### 5.2.2. Globalización de los medios de comunicación

El crecimiento de las compañías de medios les ha permitido dominar los mercados globales. Al extender su alcance a audiencias internacionales, las compañías de medios están listas para expandir, no sólo sus productos, sino también su influencia e ideología globalmente.

---

<sup>113</sup> Ted Turner (agosto 2004). “My Beef with Big Media”, Washington Monthly. <http://www.washingtonmonthly.com/features/2004/0407.turner.html> (agosto 2004).

A nivel social y cultural, la juventud del Sur tiene retos pendientes para identificarse con su patrimonio y cultura. Esto se ve exacerbado por mercados inundados con bienes textiles, tecnología e incluso con bienes perecederos que contienen la esencia de lo “occidental”. Llegados a este punto, uno podría argumentar que no sólo en el Sur, sino en todo el mundo, el patrimonio ha sido olvidado debido a la dominación del estilo de vida occidental. Los modelos de nuestros hijos no son más aquellos que luchaban en las batallas de liberación, han sido remplazados por héroes de plástico.

En Sudáfrica se ha lanzado una campaña conjunta para estar “orgulloso de ser sudafricano”. Esta atraviesa todos los sectores, desde el apoyo a nuestro equipo nacional hasta la compra de bienes de Sudáfrica. Sin embargo, esta campaña no es capaz de competir con los pesos pesados de la publicidad de las compañías multinacionales. La influencia de los medios occidentales y sus escritores en la arena global también significa el control de los flujos de noticias. Los medios locales no tienen los mismos medios que las corporaciones mediáticas occidentales y las agencias de noticias. El contenido y los artículos de las agencias internacionales y de las compañías de medios, plagados de estereotipos, llegan hasta los medios locales. Las interpretaciones erróneas y actitudes habituales hacia el Sur por parte de escritores de los medios occidentales encuentran espacio en las plataformas de medios sudafricanos y en otros países del Sur. Incluso en nuestros países, los medios no incorporan la agenda de desarrollo del Sur.

En Sudáfrica reconocemos a los medios sudafricanos, o al menos algunas de sus secciones, como instituciones de la democracia que jugaron un papel fundamental durante la lucha por la liberación. Los medios en Sudáfrica son parte de la sociedad y por eso están obligados a esforzarse por cumplir lo que marca nuestra Constitución. Una de las áreas que estamos explorando es la falta de vigilancia que existe de aquellos medios sudafricanos que se dedican a reimprimir o reproducir los contenidos de medios de comunicación internacionales. Esto, creo, no sólo pasa en Sudáfrica. En el Sur, hay generalmente esta falta de examen del pensamiento occidental y de las noticias acerca del Sur por su agudeza ideológica. Desafortunadamente, esta aceptación acrítica de las narrativas occidentales acerca del Sur por nuestros escritores los ha reducido a apologistas de Occidente.

Esto hace necesario adecuar las capacidades de los escritores del Sur para convertirse en conocedores de los asuntos internos para asegurar un análisis de elaboración local que comunique y alce la voz del Sur. Además, la mejor respuesta al a menudo injusto retrato del Sur que hacen los medios de comunicación occidentales es una despiadada pero sistemática e

intelectualmente profunda deconstrucción de los contenidos y significados de los medios occidentales.

### 5.2.3. Concentración de la propiedad

Los dictados económicos básicos de la concentración de la propiedad manifiestan que cualquier industria está obligada a sofocar la competencia, y ello tiene como resultado la limitación del consumidor y, en ocasiones, que este no tenga opciones. Boyd-Barrett (1977:117)<sup>114</sup> define el *imperialismo de los medios de comunicación* como: “El proceso a través del cual la propiedad, estructura, distribución o contenido de los medios en cualquier país están individual o colectivamente sometidos a substanciales presiones externas procedentes de los intereses de los medios o de otro país o países sin reciprocidad de la influencia proporcionada por el país afectado”.

En el caso de la industria de los medios, su concentración de la propiedad y del poder tiene el potencial de derribar espacios políticos, culturales y económicos, abogando por un candidato político específico, una ideología política o económica así como influenciando la cultura de la sociedad a través del control del discurso público, de los medios y la capacidad de inundar los mercados. Somos testigos de cómo algunas compañías de medios occidentales juegan un rol instrumental al conducir las campañas de candidatos políticos particulares. Uno podría incluso afirmar que un candidato que no cuenta con el apoyo particular de un magnate de los medios está condenado al fracaso. Laboristas y conservadores en Reino Unido se acusaron los unos a los otros, debido al escándalo de los teléfonos pinchados, de haber estado cerca de Rupert Murdoch.

En *The New Media Monopoly* (2004)<sup>115</sup>, Bagdikian muestra el incremento dramático en la concentración de la propiedad de los medios. En 1983, cuando la primera edición de este libro fue publicada, Bagdikian argumentó que 50 firmas de medios de comunicación controlaban la mayoría de los productos mediáticos consumidos por las audiencias norteamericanas. Para la edición de 2004 escribió que sólo cinco conglomerados globales (Times Warner, Disney, News Corp., Viacom y Bertelsmann) “operaban con muchas características de un cartel y poseían la mayoría de los periódicos, revistas, editoriales, estudios cinematográficos, estaciones de radio y televisión de los medios de Estados Unidos” (2004: 3).

<sup>114</sup> Boyd-Barrett, J.O. (1977), *Media imperialism: Towards an international framework for an analysis of media systems*.

<sup>115</sup> Bagdikian, B. (2004:3), *The New Media Monopoly*, Boston: Beacon Press. In Eoin Devereux (2007), *Mass Media: Key Issues and Debate*, chapter 2: *The Media Industry: Structure, Strategy and Debates*, by David Croteau and William Hoynes. London: Sage Publication Ltd.

Esta concentración tiene como resultado la dominación y poder de algunas grandes compañías de medios de comunicación, fuertemente capacitadas, que dominan medios y contenidos a lo largo del mundo. La consecuencia está siendo que los valores culturales de Occidente no aparecen cuestionados por la gente del Sur, sino que además están fabricados para creer que lo que se nos presenta por los medios de Occidente es el estilo de vida ideal, llegando a la conclusión de que los medios occidentales están usando las herramientas de Occidente del “imperialismo cultural”.

La acumulativa ramificación de la dominación de los medios occidentales ha ido tan lejos que ha creado dependencia en los periodistas del Sur que necesitan de los contenidos producidos en Occidente.

## 6. UN MARCO IDEOLÓGICO ALTERNATIVO PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Si hemos aprendido algo del pasado reciente es que nada es cierto –excepto el bien conocido proverbio de que “nada es más cierto que la muerte y los impuestos”. La ideología occidental de los medios es una fuerza que hay que tener en cuenta, pero no ha vencido el activismo del Sur en desarrollo. Tampoco ha triunfado necesariamente en la conversión de los ciudadanos de Occidente a dóciles consumidores de los medios.

### 6.1. El caso de *News of the World*

La práctica periodística del bien conocido *News of the World*, el cual pertenece a la News Corporation, propiedad a su vez de Rupert Murdoch, dio al mundo una muestra de los comportamientos sumamente faltos de ética, e incluso criminales, que gobiernan algunas salas de redacción.

La extensión de la propiedad por el conglomerado de medios News Corporation ilustra como el crecimiento de la corporación, la globalización y concentración de la propiedad ha venido a representar el ideal del capitalismo y la búsqueda de beneficio, pero a expensas de haber transgredido fronteras que son necesarias para cualquier funcionamiento de la democracia.

La decisión de cerrar *News of the World* solo ocurre después de la condena pública, lo que muestra que el poder de la gente es todavía decisivo. Sólo necesita ser activado, superando la hibernación y la complacencia.

Los consumidores, incluyendo los usuarios de Facebook y Twitter, presionaron a diferentes empresas para retirar la publicidad del periódico. Los lectores fundaron un sitio web a través

de la cual se dirigía a las personas a 20 sitios web de empresas para enviar mensajes urgiendo a que retiraran los anuncios. Y no solo fueron las empresas las que participaron en el éxodo, el líder de la Cámara de los Comunes, Sir George Young, dijo: “El Gobierno debería revisar los contratos de publicidad”.

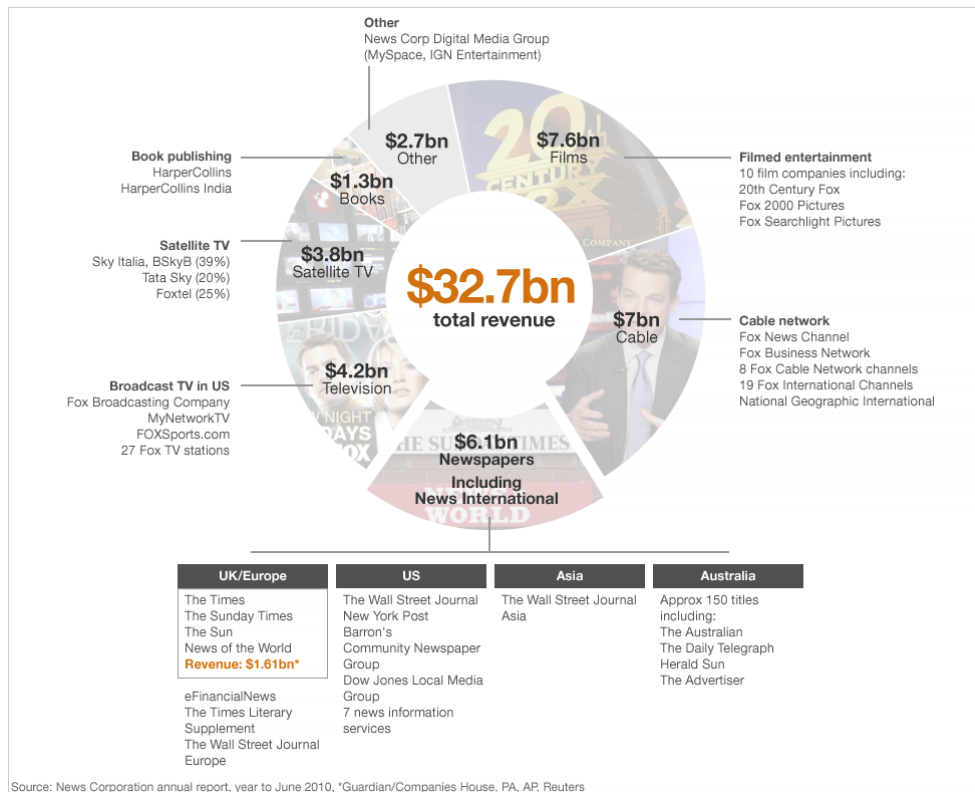
La independencia de los medios es garantía siempre y cuando las organizaciones de medios de comunicación sean viables financieramente, estén libres de intervenciones de los propietarios de los medios y del Estado, y operen en un contexto competitivo. Pero la carrera entre las firmas mediáticas por las audiencias y el mercado compartido pueden también degradar la calidad de la cobertura mediática. Los controles del Estado no son sólo los que restringen. La cobertura seria de la realidad es difícil de mantenerse en el mercado de los medios que premian lo sensacionalista y poco profundo.

Las acciones de los periodistas del *News of the World* fueron extremadas, reflejaron el egoísmo y una mentalidad peligrosa que de alguna manera comunica que los medios no son parte de la sociedad. Uno se pregunta, después de ver cómo lograron pinchar los buzones de voz sin que los descubrieran, si las estructuras de autorregulación y códigos éticos de *News of the World* y News Corporation podrían haber respondido de una manera apropiada a estas acciones enfermas de los periodistas. En realidad, uno está tentado a pensar lo contrario: es precisamente porque tenían las estructuras de autorregulación y códigos efectivos que los periodistas no tendrían que explorar tales actividades criminales. La autorregulación está destinada a fallar cuando la circulación y los beneficios están en la cuerda floja.

La cobertura mediática del cierre de *News of the World* representa otra vez la división Sur/Norte. Este acontecimiento desató en el Reino Unido el debate de si era la hora o no de revisar la autorregulación. Sin embargo, si bien es cierto que los países del Sur, Sudáfrica incluida, están comenzando el debate sobre la efectividad de la autorregulación, también lo es de que todavía se está anclado a muchas falsas creencias en lo que respecta a las amenazas a la libertad de los medios de comunicación. Algo que en Occidente se considera un debate legítimo.



Propiedad de los medios de News Corporation



6.2. Crisis financiera: “No es Occidente todo lo que brilla”

Muchos economistas han culpado a la neoliberal agenda económica de Occidente de la crisis financiera que atravesamos en 2008 y 2009. Para el Sur en desarrollo, los efectos de la crisis financiera fueron la subida de los precios de la comida, los altos costes del combustible y el alza en las tasas de interés, los cuales no estuvieron presentes en las noticias de la agenda mediática.

Los medios internacionales se centraron en los gobiernos de las naciones más ricas del mundo, quienes proporcionaron amplios auxilios financieros y paquetes de rescate para la pervivencia de grandes bancos e instituciones financieras. Mientras tanto, en los países del Sur, la crisis financiera impactó en la consecución de los objetivos de desarrollo e incluso en el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Una madre soltera en el área rural, que trata de estirar los recursos al máximo, es influenciada por las decisiones tomadas en Wall Street. ¿Es eso justo? Pequeñas y medianas empresas emergentes y la gente más pobre carecen del lujo de los auxilios financieros y los paquetes de rescate.

### 6.3. Comunicación para el desarrollo: una alternativa ideológica

El caso del *News of the World* demuestra un ejercicio de poder extremo (*hard power*). Pero existe también la práctica del *soft power*, o poder “suave”, ejercido por los medios de comunicación cuyo efecto es más lento, pero sin embargo dañino en el desarrollo y funcionamiento de la democracia.

Los medios en Sudáfrica son parte de la sociedad y por eso están obligados a esforzarse por los objetivos declarados en nuestra Constitución, incluida la Declaración de Derechos que garantiza la libertad de medios, la libertad de expresión y el acceso a la información oficial, aunque se mantienen algunas limitaciones (tales como aquellas que tienen que ver con la incitación a la violencia o el odio racial). La Declaración de Derechos puede ser vista como el más importante cambio legislativo y el más influyente en el ámbito de los medios en la sociedad *post-apartheid*. El inicio del proceso de democratización en los noventa, a través de las leyes de desarticulación de la era del *apartheid*, afectó a los medios de comunicación y emergió un nuevo énfasis por la autorregulación que se vio reflejado en la adhesión de los medios sudafricanos a la noción de responsabilidad social y también en el apoyo de códigos de ética periodística. Idealmente, los medios de comunicación deberían mantener a los ciudadanos comprometidos en los asuntos del gobierno con información y educación.

Las expectativas del Gobierno de los periodistas de Sudáfrica y sus agencias representativas son las de asegurar que el ejercicio del poder (editorial) implique responsabilidad de los editores y propietarios hacia la visión constitucional de una Sudáfrica nueva y en constante mejoría.

Además, el Gobierno sudafricano ha hecho un llamamiento en repetidas ocasiones hacia el marco ético de los profesionales para que los códigos éticos se apliquen con rigor. El Gobierno comparte la creencia con los editores de que una sociedad informada es una sociedad empoderada, y los deseos del gobierno de ayudar en el sector del desarrollo siguen el mismo camino que los iniciados en otros sectores.

Este desarrollo sectorial no ha de ser confundido con el contenido gerencial o la intervención editorial. Si no más bien, el objetivo es llevar a cabo algunas medidas estructurales que pueden afectar el funcionamiento editorial y, en último caso, poner a los consumidores de medios-esto es, a la ciudadanía-, en desventaja.

Es fácil decir que para que los medios continúen siendo una institución relevante en el funcionamiento de la democracia se deberían mover desde la retórica al dominio de una comunicación activista, que aspire a llevar un cambio deliberado en el comportamiento de la gente. Los medios poseen el potencial de convertirse en actores significativos en la construcción de la nación y del desarrollo, donde el crecimiento socioeconómico mejore las condiciones de vida de la mayoría. En una democracia, los medios juegan un papel complejo al moldear y controlar opiniones políticas.

#### **6.4. Enfoque de la comunicación por objetivos**

Para el Gobierno de Sudáfrica, todos/as los/as sudafricanos/as son nuestro objetivo de mercado. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el público de Sudáfrica no es homogéneo. Para asegurar una comunicación por objetivos tenemos que segmentar la población usando los datos del marketing convencional para un mejor entendimiento y una comunicación a la medida (localizada), relevante para varios grupos. La gente ha mejorado el uso que hace de los medios y también las elecciones entre las opciones de comunicación que ejercitan. Por eso el sector público tiene que disponer de la misma innovación, flexibilidad y perspicacia que la que exhibe la comunicación comercial.

#### **6.5. Autorregulación de los medios de comunicación**

En Sudáfrica, como en muchos otros países, los medios confían en la autorregulación como una forma de sostener la libertad de expresión y proteger la propiedad de los medios y las compañías de acciones legales.

En *The Media Self-Regulation Guidebook*<sup>116</sup>, que aboga por varias formas de autorregulación, Yavus Baydar recopila lo siguiente: “Los códigos de ética definen públicamente las funciones, derechos y obligaciones de los periodistas y, por lo tanto, proveen a los periodistas de principios rectores para mejorar el ejercicio de su profesión. Los nombres de esos códigos varían: normas éticas, sección ética, códigos de conducta, códigos de práctica, código de ética, etc. “Sin embargo, todos tienen propósitos similares: salvaguardar la autonomía de las profesión y servir al interés público. Los códigos sirven a todos: a los propietarios de los medios y editores porque les protege de las críticas y de las acciones legales; a los periodistas porque les sirve como norma contra aquello que puede ser juzgado de su trabajo; al público porque le garantiza que la información que reciben es imparcial, precisa y contrarrestada”.

---

<sup>116</sup> Oficina del representante en Libertad de los medios de la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE), Viena 2008, *The Media self regulation guide book*.

En cuanto al papel de la autorregulación en promover el respeto mutuo y el entendimiento cultural, la guía dice: “Los profesionales de los medios tienen una gran responsabilidad por el alcance de su discurso en la sociedad y en el mundo. En un tiempo de incremento en las divisiones sociales y religiosas, lo más importante para los medios es no exacerbar esas tensiones”. “Los códigos de conducta deberían compilar y resumir el conocimiento de los corresponsales de prensa en esta materia. No hay necesidad de enfrentar la libertad de expresión contra la necesidad de más respeto y más cuidado. Aumentar la sensibilización de las culturas diferentes, y una mayor sensibilidad a los imperativos globales, debería ser un añadido a la libertad de expresión, y no una restricción sobre ésta”. “Por otro lado, aumentar la sensibilidad debería no significar una crítica sofocante y enfrentamiento entre culturas. No sólo el pluralismo debe ser protegido, sino también su dinamismo, sin el cual no habría progreso y el mundo consistiría en civilizaciones separadas por muros”.

Enmarcado en esta aproximación, periodistas y editores esperan asegurar que el contenido publicado refleje precisión, imparcialidad y equilibrio, y que se distinga claramente entre opinión e información; mientras los productores de los medios conservan la independencia y aceptan la rendición de cuentas obligatoria. En términos generales, esta orientación guía la práctica del periodismo en Sudáfrica, aunque las organizaciones de medios de comunicación han reconocido consistentemente que ciertos factores estructurales y económicos afectan negativamente la calidad de la práctica.

## **6.6. El debate del “interés público”**

La garantía constitucional de la libertad de los medios no se traduce automáticamente en privilegio periodístico. Se observa, por ejemplo, que entre periodistas que testifican pero no revelan sus fuentes existe un área en movimiento y gris. En este espacio, un número de compromisos son posibles para lograr un equilibrio entre los diversos intereses involucrados.

Para proteger el interés público y el libre flujo de información, los medios de información deberían tener el substancial privilegio de no revelar las fuentes de información o de revelar información no publicada. Sin embargo, el derecho de los medios a rehusar revelar fuentes tiene que ser sopesado con otros derechos, tales como el derecho a la dignidad individual, a procesos justos y acceso a la información. Otra objeción es que también tienen que sopesarse el derecho de otra institución, por ejemplo del Estado, de cumplir su objetivo, lo que en este caso es el mantenimiento de lo estipulado en la ley y el proceso judicial efectivo. En otras

palabras, contra el reclamo de silencio por parte de los medios por el interés público, la contrademanda puede ser hecha también en nombre del interés público.

La racionalidad incorporada a los argumentos citados anteriormente depende en última instancia del principio de interés público como centro la democracia. En otras palabras, la asunción es que la sociedad democrática confiere especial excepción a los periodistas para revelar las identidades de sus fuentes porque beneficia a la ciudadanía en su conjunto. La libertad de los medios, por lo tanto, no es libertad para que, arbitrariamente, los individuos permanezcan en silencio acerca de las fuentes, sino que es un reconocimiento al cumplimiento de una función especial y mandato en una sociedad democrática.

## **7. ENTENDIENDO AL SUR**

Es siempre importante tener en la mente la imagen de aquellos gobiernos del Sur que se han comprometido en transformar sus sociedades y que están tratando de recuperarse de la devastación que acompañó al colonialismo.

Muchas de esas repercusiones son las historias sensacionalistas que a los medios de occidente les gusta remarcar y usar para retratar a los países del Sur como si fueran ingobernables y como si tuvieran retos infranqueables. Los países del Sur están consolidando sus esfuerzos para asegurar que no son sólo vistos como destinos turísticos, sino también sean reconocidos internacionalmente como destino preferido para inversiones y negocios.

### **7.1. Hacia el puente Sur-Occidente**

#### **7.1.1. Desarrollo de los medios y diversidad**

Los gobiernos del Sur no están obligados a depender de los medios de comunicación de Occidente respecto de lo que tiene que ser cubierto en la prensa. Es importante desarrollar agencias de medios alternativas a través del desarrollo de medios y diversidad de programas que contra-argumenten los agresivos medios de comunicación de Occidente. Para hacer esto, y atenuar el monopolio de ideas y opiniones, es necesario crear alternativas o perspectivas diversas en asuntos globales. Pero el desarrollo y diversidad de los medios de comunicación no debería ser confinado al escenario internacional. Dada la narrativa dominante de los medios occidentales en los medios locales de otros países, el desarrollo de los medios y su diversidad de contenido debería ser fomentado en los mercados locales.

El gobierno de Sudáfrica continúa comprometido con medios de comunicación fuertes y diversos, que den apoyo a la construcción de la nación y también profundicen y consoliden nuestra democracia. Nuestro Parlamento, en reconocimiento de la exclusión y marginalización de comunidades y personas en desventaja en el acceso a los medios y a la industria de los medios, estableció la Agencia para el Desarrollo de los Medios y la Diversidad (MDDA). La MDDA es una Agencia creada por la Ley nº14 de 2002, en compañía de la mayor industria de medios impresos y de radiodifusión, para favorecer un medioambiente habilitado para el desarrollo mediático y la diversidad, que sea propicio para el diálogo y que refleje las necesidades y aspiraciones de Sudáfrica. La MDDA continuará apostando por la transformación de los medios en Sudáfrica

### **7.1.2. Programas de intercambio**

La audiencia de Occidente debe ser presentada de primera mano por los países del Sur, y por lo tanto reducir su dependencia de los conglomerados de medios de comunicación para informar acerca de sus percepciones del Sur. Muchas personas de Occidente que ha visitado África como turistas, trabajadores sociales, e incluso estudiantes, caen en estado de shock con su experiencia en África, ya que no tiene que ver con la que retrataban los medios occidentales.

Valdría la pena establecer un programa de intercambio entre regiones para periodistas del sector de los medios y también para comunicadores del sector público. Los países del Sur deberían considerar seriamente crear fondos para becas a través de los cuales seleccionaran periodista de Occidente y les invitaran a gastar dos semanas como profesores visitantes para que pudieran ver y experimentar qué es realmente vivir en el Sur. Pero estos intercambios no deberían estar limitados a periodistas y comunicadores. Los países del Sur deberían también buscar y promover relaciones de intercambio intercultural a través de programas de huéspedes en casas familiares y acuerdos hermanando ciudades y escuelas.

### **7.1.3. Plataformas de comunicación compartidas**

El establecimiento de un portal a través de plataformas sociales podría facilitar de forma rápida acuerdos diarios entre periodistas y comunicadores en asuntos clave. Esto podría ampliarse incluyendo un sitio web –donde sean almacenados todos los estudios e información de recursos a debate - habilitando acceso y permitiendo conocimiento a lo largo de las regiones.

El desarrollo de una publicación en línea para permitir aliviar la producción y diseminación entre las regiones en temas de actualidad permitiría, no sólo considerar nuestras preferencias en puntos de vista, sino también podría proveer de una plataforma para exhibir visiones desafiantes de forma transparente y profesional.

#### **7.1.4. Usar otras actividades de seguimiento**

El uso de publicaciones para resaltar preguntas frecuentes e historias exitosas en el Sur para audiencias de Occidente es una actividad posible. A ello se puede unir la producción de información por expertos acerca del Sur para publicaciones de los medios de Occidente. La confianza que tienen los periodistas de Occidente en los expertos de Occidente para sus historias demuestra la necesidad para los países del Sur de producir directorios de expertos en sus respectivos países para ser fuerte de autoridad y especialistas en el conocimiento de asuntos particulares.

### **8. CONCLUSIONES**

Las imágenes del Sur en los medios occidentales son, en líneas generales, distorsionadas y retorcidas. Hay muchos factores que alimentan esta distorsión. Puede ser el resultado de una información sesgada y cargada de estereotipos que conduce al sensacionalismo. Otros factores que contribuyen son los conglomerados de medios que ven el Sur como un medio para incrementar sus beneficios. Estas distorsiones siempre se apoyan en los argumentos pesimistas y, en algunas ocasiones, hasta en lo absurdo, lo que da como resultado percepciones erróneas que son creadas acerca del Sur.

La presentación es tan importante como el contenido, ya que la gente está dispuesta a acceder a la información y formar sus percepciones en segundos, como si “goglearan” un tema particular. Pero son estas percepciones las que conducen directamente a la toma de decisiones acerca de los lugares que nunca visitaran o de la gente que nunca conocerán e, incluso, influyen las inversiones de las compañías extranjeras.

El Sur no es una mera expresión geográfica. Es una importante región en términos económicos y geopolíticos que debería articular su voz y sus puntos de vista deberían ser escuchados en occidente. Los medios de comunicación poseen un enorme potencial para hacerlo posible.





## QUINTA PARTE

# *Comunicación y cambio social desde la sociedad civil organizada y los movimientos sociales*

## De la acción al activismo

Miren Gutiérrez<sup>117</sup>

Se necesitan olas para poder surfear; se necesitan bosques para poder explorar la foresta; se necesitan leyes garantistas para poder escribir con libertad...

Son obviedades, pero organizaciones tan heterogéneas como Surfrider Foundation, The Appalachian Mountain Club o Index on Censorship descubrieron en el pasado esas necesidades por la vía de los hechos. Defender (las olas, los bosques o la libertad) no estaba en su ADN original. Evolucionaron. Se convirtieron en organizaciones defensoras.

Y en España, en el contexto de los recortes, muchas otras organizaciones están comprobando que deben pasar de la acción al activismo, las campañas y la incidencia política si quieren sobrevivir. Porque cuando el campo de acción se restringe —ya sea por la reducción de las áreas de acción, de los ingresos o de la libertad—, a veces no queda más remedio que luchar por defender los espacios de actividad. Es una cuestión de supervivencia. Y esa lucha dota a las organizaciones de otras habilidades y cualidades, las transforma en organizaciones diferentes.

En 1984, en Malibú (California), un grupo de surfistas unió sus fuerzas para defender el área de surf en Malibú Point. En 1991, Surfrider creaba sus primeras sucursales. ¿El objetivo? Hacer campañas contra vertidos, contaminación y desarrollos urbanísticos que pongan en peligro las olas, los océanos y las playas. Hoy Surfrider Foundation agrupa a más de 50.000 miembros en ochenta subsidiarias en todo el mundo. Las amenazas para la práctica de este deporte transformaron a surfistas en activistas.

Otro caso es el de The Appalachian Mountain Club (AMC). Nació en el siglo XIX de un pequeño grupo de académicos y excursionistas de Boston que quería disfrutar de explorar las montañas. En 2003, el AMC compraba 150 kilómetros cuadrados del sendero de los Apalaches para convertirlo en un parque protegido. La organización se ha extendido para abarcar doce oficinas y agrupar a 2.700 voluntarios y voluntarias que se dedican a la recreación y al activismo medioambiental. El AMC se dio cuenta de que, si no los protegía, los senderos de

---

<sup>117</sup> Directora de Desarrollo y Comunicación para el cambio climático del Overseas Development Institute en Londres.

montaña iban a desaparecer víctimas de las compañías madereras, la contaminación, la minería y la urbanización.

En relación con una polémica sobre cómo la libertad de expresión puede amenazar los derechos humanos, Rohan Jayasekera dijo en 2002 que su organización, *Index on Censorship*, podía sentirse con la suficiente autonomía como para escribir sobre ese espinoso tema porque era una organización exclusivamente periodística, y no de campañas. El hacer periodismo independiente, sin servir ningún objetivo de campaña, les liberaba para poder estudiar asuntos tan controvertidos como éste. Hoy en día, Index es una organización de campañas. No se limita a investigar y publicar sobre casos de censura, como era su intención cuando se creó en la década de los setenta. Incide, presiona, moviliza por la libertad de expresión en las artes, el periodismo y las manifestaciones de todo tipo. El caso es que, en un momento determinado, no les bastó la observación y la denuncia; tuvieron que pasar al activismo. Index lucha por terminar con las limitaciones a la libertad de expresión que algunos gobiernos, empresas y medios quieren imponer en muchos lugares del mundo.

Son tres ejemplos en diferentes lugares y circunstancias en los que distintas organizaciones han dado ese salto, y haciéndolo se han transformado. A nivel personal, algo así me pasó a mí. He sido periodista más de veinte años, y hubo un momento en que el periodismo no fue suficiente y me pasé al activismo. Cuando estuve en Panamá, después de varios años denunciando la corrupción del gobierno del presidente Ernesto Pérez Balladares a finales de la década de los noventa, mis compañeros y yo, en el diario *La Prensa*, nos vimos acosados y con la necesidad de defendernos de diversas causas penales. El Comité para la Protección de los Periodistas –una organización que tiene su sede en Nueva York— incluyó en su informe de 2001 los intentos de Balladares por recluarnos en prisión simplemente por haber expuesto la corrupción de su gobierno. Fue mi primer contacto con el activismo. Nos dimos cuenta entonces de que, o defendíamos el espacio en el que trabajábamos, o nos silenciarían y ya no podríamos trabajar. Que es una opción.

Aunque el paralelismo puede parecer aventurado, en el contexto actual de los recortes en España, algunas organizaciones están viendo cómo sus espacios se angostan también. Privadas de los fondos que les permiten actuar, deben recortar programas, despedir a profesionales, atender menos problemas y a menos personas, reducir sus ambiciones. O pueden adaptarse, mejorar y luchar por defender sus espacios.

Algunas ONG se han visto obligadas a recortar sus plantillas o sus programas, o ambas partidas a la vez. Intermón-Oxfam presentó en marzo un Expediente de Regulación de Empleo

(ERE) que supuso el despido de casi una quinta parte de sus trabajadores en España. Greenpeace lo hizo en julio. Cruz Roja ha recortado su plantilla en entre un quince y un veinte por ciento, y algunos de sus proyectos han sido suspendidos. Acción contra el Hambre ha recortado su asistencia.

“Como resultado de la compleja coyuntura económica, (otras ONG) han tenido que reorientar sus proyectos solidarios, dirigidos sobre todo al tercer mundo, para atender las crecientes necesidades que están surgiendo en España”, dice [una información de EFE](#), publicada por Expansión.

En los recortes, la Asistencia Oficial al Desarrollo (AOD) –dedicada a la lucha contra la pobreza en terceros países— ha disminuido en más de 1.300 millones de euros. Se trata de la partida presupuestaria que más ha caído.

Algunos críticos apuntan a que esto ha sido posible sin gran escándalo gracias a la indiferencia general, el “secuestro” del discurso público por la crisis, el desconocimiento de los logros de la AOD, y la inacción y falta de unidad de las ONGD.

“(Entre los actores de la cooperación) ha faltado madurez en muchos análisis y ha sobrado cortoplacismo, y se ha fallado en ofrecer una defensa cohesionada, sólida y coherente del sistema español de cooperación internacional”, dice José Moisés Martín, de Economistas Frente a la Crisis, en un artículo titulado [“La cooperación española en default”](#).

Pero poco a poco se oyen más voces en defensa de la AOD, se pasa de lo meramente asistencial a la incidencia y se forjan alianzas para realizar una presión política y una comunicación coordinada. Cruz Roja –una organización con un fin netamente humanitario que se cataloga como imparcial, neutral e independiente— habla ahora de la “diplomacia humanitaria”, que define como “convencer a los responsables de tomar decisiones y a los líderes de opinión de que actúen, en todo momento, en beneficio de las personas vulnerables, con pleno respeto de los principios humanitarios fundamentales”.

Es más, Cruz Roja dice promover “el conocimiento, la comprensión y, si procede, el desarrollo del DIH (Derecho Internacional Humanitario) mediante el establecimiento de relaciones con un amplio abanico de interlocutores, como los Estados, las entidades no estatales y las organizaciones internacionales”. Prosalus, Medicusmundi y Médicos del Mundo han lanzado mensajes en los que solicitan que “el sector salud se convierta en prioridad estratégica para garantizar el cumplimiento de un derecho fundamental que, al mismo tiempo, es condición para el desarrollo”.

El Comité Nacional español de Unicef –otra organización asistencial– se interesa actualmente por incluir la incidencia política como parte importante del programa de formación de su plantilla.

La Coordinadora de ONG de Desarrollo de España (CONGDE) –que agrupa a más de cuatrocientas organizaciones– ha cobrado intensidad en sus actividades y rotundidad en sus manifestaciones. Ayuda en acción habla de promocionar acciones que “contribuyan a un futuro con mayores oportunidades, especialmente en las poblaciones del mundo más desfavorecidas” y se dedica, entre otras cosas, a desplegar “campañas de sensibilización y divulgación”.

En este contexto, la simple denuncia –“el palo” en las campañas– no es suficiente. Carmen Morán y Raúl Limón apuntaban en un [artículo de \*El País\*](#) titulado “Activismo Efervescente”, que las “singulares formas de protesta” que proliferan en estos tiempos son cada vez más asombrosas –desde los espectáculos de cante y baile en las oficinas de Bankia del grupo flamenco [Flo6x8](#) a los vídeos de las amas de casa interpretando macroeconomía en el patio común en *Hablando en plata*, pasando por las besadas de los grupos homosexuales y las marchas de ciclistas desnudos.

En el marco de la crisis, es difícil que destaque una voz, por lo que se recurre a fórmulas insólitas.

Coincidiendo con esta visión, Zigmunt Bauman –el filósofo y sociólogo polaco famoso por su concepto de la “modernidad líquida”– criticó el movimiento 15M como una expresión más de esta “sociedad líquida” en que nos ha tocado vivir. En varias conferencias impartidas en España recientemente, Bauman calificaba al 15M de “emocional”. Y la emoción es “líquida”: hierve rápidamente pero también se enfría momentos después. Es “inestable” e “inapropiada” para construir nada “coherente y duradero”. Las gentes se reúnen en las plazas y gritan los mismos eslóganes. Todos están de acuerdo en lo que rechazan, “pero se recibirían 100 respuestas diferentes si se les interrogara por lo que desean”.

Otros datos parecen avalar estas afirmaciones. Según Enrique Gil Calvo –catedrático de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid–, el modelo de participación social español es de “tipo bipolar”: somos una de las democracias europeas con niveles más bajos de movilización convencional (medida por los índices de asociación, afiliación, pago de cuotas, aportación de trabajo voluntario, asistencia regular a reuniones), mientras que exhibimos los

índices más elevados de movilización no convencional (participación en manifestaciones callejeras, protestas populares, boicot al consumo).

Según [un artículo de Gil Calvo publicado por El País](#), “se trata, pues, de un modelo inconstante de movilización volcánica, espasmódica o eruptiva, que habitualmente está desactivada actuando al ralentí con perfil muy bajo, pero que en ciertas ocasiones excepcionales se reactiva por momentos con extraordinaria intensidad”. En todo caso, cualquier protesta, cualquier acción al estilo Greenpeace es un acto de comunicación con un propósito concreto, un dedo gigante que señala algo que no nos complace. Una denuncia. El objetivo es que ser eficaz y llegar al mayor número de personas.

Pero una vez que se ha logrado eso ¿qué? La eficacia parece limitada si el acto se circunscribe a una simple protesta. El “palo” debe ir acompañado de ciertas dosis de “zanahoria”, de negociación, diálogo, consenso, incidencia. Las campañas no son solo “palo”, protesta, investigación, denuncia, movilización. Son también sensibilización, diálogo, alianzas y negociación. ¿Hacia dónde vamos, entonces, y de qué depende?

Ignasi Carreras, director del Instituto de Innovación Social de ESADE, dice que el tercer sector está también viviendo un cambio interno de identidad, y como agente social y político.

El incremento de las situaciones de vulnerabilidad de las personas, el desmantelamiento del Estado del Bienestar y el problema de lograr financiación a fin de abordar los desafíos que tienen las organizaciones son los factores más importantes, dice el experto.

En [una entrevista realizada por Henar L. Senovilla](#), Directora de Comunicación, Incidencia Política y Responsabilidad Social de Fundación Atenea, Carreras afirma que las organizaciones “son conscientes de que hay tres ámbitos en los que tienen que actuar para propiciar el cambio: el primero es que hay que generar innovación en el tipo de respuesta, cómo se puede responder de manera distinta, más eficiente; un segundo aspecto que es cómo podemos responder conjuntamente no sólo entre las entidades del tercer sector sino entre las entidades, la administración pública y la empresa privada; y un tercer aspecto que es cómo podemos conseguir llegar más a la sociedad para catalizar mejor la solidaridad”.

Según Carreras, tras un periodo de transición, habrá tres tipos de organización: aquellas que sean “muy subsidiarias de la administración pública”, que, a pesar de que vean sus ingresos reducidos, puedan responder a una progresiva externalización de los llamados “servicios sociales”. Un segundo tipo de organizaciones que, al disponer de recursos propios,

“van a tener la posibilidad de poder innovar y poder ser pioneras en algunas cosas”. Éstas se verán en la disyuntiva de si abordar los agujeros que deja la administración pública o concentrar sus recursos para innovar, para ser pioneros, para lanzar iniciativas, para darle nuevas respuestas a los problemas a los que no acabamos de encontrar la solución. Serán las organizaciones que “marquen más tendencia”.

Y para terminar, habrá otras organizaciones que van a querer combinar su trabajo de intervención social con un trabajo de incidencia, de campañas, de denuncias y de propuestas. “Eso sí, si tienes unas capacidades y unos recursos que te lo permiten hacer, porque si tus recursos dependen totalmente de la administración pública, a no ser que encuentres un *partner* que quiera innovar contigo y a largo plazo, es imposible”, agrega Carreras.

Hay organizaciones que, incluso, se están planteando renunciar a una aportación pública simbólica para poder innovar, incidir y hacer campaña de forma más independiente y cáustica de lo que una relación de dependencia con las administraciones públicas, aunque sea relativa, permite.

Es cierto que las organizaciones que no están atadas a fondos estatales (ni del sector privado), como Amnistía o Greenpeace, han hecho campañas de forma más potente, innovadora e independiente. Han dado “palo” con elocuencia, y eso les ha abierto las puertas de la incidencia política. Pero no todas las organizaciones tienen esa naturaleza. Las hay igual de efectivas que prefieren la persuasión y la negociación como única arma de campaña.

De la misma forma que *Surfrider*, el AMC e Index se adaptaron y evolucionaron hacia el activismo para proteger sus áreas de acción, parece que en España las organizaciones se enfrentan a dilemas muy determinantes que cambiarán el mapa del tercer sector en los próximos años.

Yo pienso que la necesidad de hacer incidencia política y campaña, de pasar de la mera acción al activismo es, en esta coyuntura, una exigencia del guión porque están en peligro, no ya las organizaciones, sino el propio sector. Las organizaciones deben encontrar respuestas a los retos que se plantean y adquirir capacidades nuevas, hacer un esfuerzo colectivo y ofrecer una defensa cohesionada de su propia existencia.

Ojalá el resultado sean organizaciones más innovadoras e incisivas que nos ayuden a cambiar.

## La experiencia de comunicación y movilización social dentro de la Asamblea Popular Barrio Salamanca-Plaza de Dalí 15M

*Darío Barboza Martínez<sup>118</sup>*

### INTRODUCCIÓN

Este trabajo no es un estudio académico sino la exposición del trabajo de una asamblea del 15M y de su comisión de comunicación, por lo tanto no tiene como propósito explicar una realidad ni fundamentar una trascendencia de la misma. Se presentó como una exposición de lo que la comisión de comunicación de Plaza Dalí 15M<sup>119</sup> había venido haciendo dentro de un movimiento social con algo más de un año de existencia. Se basaba en el material propio recopilado para realizar el taller de comunicación interno de la asamblea, que pretendía dotar de herramientas de comunicación y de organización de las campañas que la asamblea emprendía. Sin embargo, a través de dicho trabajo podemos sacar enseñanzas de cómo se actúa en movimientos sociales y la especificidad del 15M, así como de la importancia tiene para ellos el trabajo de comunicación, con el objetivo de un cambio social.

### NOTAS PREVIAS SOBRE EL 15M

La importancia del 15M y de las asambleas populares es que han supuesto un renacimiento del interés en la política, tanto del debate político como ideológico y una apertura del mismo de los estrechos márgenes en los que éste se realizaba. Ha representado un intento de cambiar las cosas por parte de una ciudadanía que ha visto la necesidad de movilizarse, venciendo el derrotismo reinante, alejándose de la mera queja de bar o salón y buscando acciones o debates que tengan alguna capacidad de cambiar las cosas en un país burocratizado, donde se asume que las decisiones las toman y llevan a cabo técnicos o gestores, donde se supone que

<sup>118</sup> Politólogo, DEA en Estudios Iberoamericanos (UCM y UNED) y Master en Estudios Avanzados de Filosofía (UCM).

<sup>119</sup> Para una caracterización de la Asamblea Plaza Dalí y del barrio Salamanca ver Almudena Cabezas (2012).



no hay más participación y decisión por parte de la ciudadanía que la electoral (utilizado por el sistema político como mero mecanismo de legitimación, sistema por otro lado no imparcial), y que el pueblo no puede decidir, ni entenderse entre sí<sup>120</sup>. En un país donde las grandes corporaciones de comunicación son acaparadas por un pequeño grupo de empresas, e informan sólo de aquello que va con sus intereses, siendo grandes medios de manipulación de masas.

Entonces se produce la irrupción política del 15M no sólo por que las gentes se interesan por ver qué pasa más allá de los medios comerciales y tratan de formar su opinión por sí mismas, desconfiando de lo que les aseguran desde los medios o los voceros del gobierno de turno, sino también debido a un viraje político de agrupaciones activas con anterioridad que buscan una salida (imagen I)<sup>121</sup>, dejándose de “mirar el ombligo”, autoafirmarse condescendentemente entre un grupo de “amigos” o de “convencidos”, procurando interactuar con otras personas, con otros grupos<sup>122</sup>, de ideas diversas y con otras gentes, con o sin formación política. En este caso, los movimientos sociales bajan a tierra encontrándose ante una oportunidad real de poner en práctica con las otras un modelo distinto de hacer política, sin “etiquetas” políticas, ni recetas preconcebidas, que surgiese de un amplio proceso deliberativo.

Esta oportunidad real no es un hecho fortuito sino que obedece a una serie de acciones y movilizaciones, coincidencias y relaciones, que se han venido configurando y concretizando a lo largo de años, encontrado su repertorio de movilizaciones, de símbolos, lemas y demandas compartidas en las luchas (imagen II)<sup>123</sup>, encontrando su momento de oportunidad tanto en una movilización, una acción y una campaña de comunicación oportuna y bien llevada, no dirigida verticalmente, pero con sus elementos vertebradores, sabiendo hacer uso de los aportes individuales a lo colectivo. Es ejemplificador del mismo la llegada de los manifestantes con sus propios lemas en carteles o pancartas elaboradas individualmente, en grupos de amigos o políticos, con cánticos y performances que aportaban colorido y que muchos de ellos pasaban a ser relevantes comunicativamente para el movimiento según la aceptación. El que estuvieran allí presentes los reporteros gráficos, aficionados o no, con sus

<sup>120</sup> Respecto a los “contenidos” del movimiento 15M, junto a un análisis etnográfico del mismo, es interesante la lectura de “Etnografía del movimiento 15M en la ciudad de Cáceres” de Borja Rivero et al. (2013)

<sup>121</sup> Un esbozo de esquema de organizaciones, tratando de mostrar su cercanía/implicación o lejanía/contraposición al movimiento 15M: imagen I.

<sup>122</sup> A modo de ejemplo, en la resolución del X Congreso de CNT se aportaba por colaborar “con movimientos sociales y sindicales” para hacer frente a las políticas neoliberales, frente a quienes dentro de dicha organización no querían realizar convocatorias con otros grupos no afines ideológicamente: [www.cnt.es/xcongreso](http://www.cnt.es/xcongreso)

<sup>123</sup> Para un esbozo de las distintas problemáticas en las que el movimiento 15M va a centrar su atención, traducidas muchas de ellas en “mareas”: imagen II.

cámaras, para recoger el momento y los lemas, hacían que el público y los actores tuvieran la oportunidad de elegir entre aquellos lemas, una oportunidad para el público de participar, y de los actores de verse en la escena, lograr reconocimiento público. Esto no significaba que dichos actores y espectadores se convirtiesen en los directores de la escena, sino que se daba oportunidad real de participación. Manifestantes activistas, reporteros activistas, muchas veces con las funciones solapadas: enarbolar una cámara o un móvil se convertía en un acto de rebeldía y de oposición, frente a la represión del gobierno o frente al cierre y censura de los medios de comunicación de masas.

Este interés por cambiar la forma de actuar en política se ve en la formación de agrupaciones temáticas o de tipo movimentista, no marcadas profundamente por una etiqueta ideológica, como fueron V de Vivienda o Juventud Sin Futuro, o aquellas que tratan de visibilizar realidades soterradas o que se encontraban en situación de precariedad, como hizo Ferrocarril Clandestino o el movimiento de okupación madrileño (del Laboratorio, el Patio Maravillas o Casablanca) y los espacios “autogestionados” como la Tabacalera o MediaLab (imagen III)<sup>124</sup>. Pero igualmente, otros colectivos como partidos y grupos políticos, asambleas de trabajadores y sindicatos, buscan una salida al cerco legal, mediático y al realismo político imperante.<sup>125</sup>

La práctica y experiencia de las que voy a hablar han supuesto una resignificación de las subjetividades políticas y un proceso de cambio micro-social -no por ello menos importante- y de empoderamiento colectivo. Los ejemplos hacen hincapié en las prácticas de comunicación y cómo a través de estas se ha podido materializar cambios sociales en la esfera del barrio, de la cotidianidad de las personas que participamos, ahora sí con todas las letras, en dicho proceso. Se trata de un empoderamiento democrático, donde no sólo tiene importancia la toma de la decisión sino también cómo se toma, el proceso de discusión previo, remarcando la transparencia del mismo y la oportunidad de ser parte activa, convirtiéndose en actores y no en meros espectadores de la política. Lo que vendría a recuperar el significado aristotélico de la política, en donde los ciudadanos en asamblea tienen la oportunidad de ser reconocidos, haciendo uso de la palabra ante la ciudad para tratar los temas públicos. Esto supone desligarse de nuevo de la concepción monárquica de la ciudadanía que los reduce a súbditos

<sup>124</sup> Un esquema con los espacios de encuentro en los que se va a dar el encuentro antes y después de la ocupación de las plazas por el movimiento 15M: imagen III.

<sup>125</sup> Al respecto puede resultar interesante visualizar el mapa conceptual propuesto a raíz del trabajo de la comisión de pensamiento de Sol: <http://www.unalneasobreelmar.net/mapa-conceptual-de-la-acampada/>. Sobre su elaboración y contextualización ver las entrevistas elaboradas por 15m.cc, especialmente la realizada a Marga Padilla: <http://youtu.be/-OQ3DwWsl4> y la presentación del propio proyecto 15m.cc en el CSIC [http://youtu.be/AT\\_46G6mBcA](http://youtu.be/AT_46G6mBcA), que narra un proyecto de comunicación dentro del espacio 15m.

por una concepción republicana en la que los ciudadanos son iguales y los cargos y funciones se encuentran desligados de la persona que los ejerce, desempeñándolos por delegación de la asamblea y por el método de designación que sea (voto, ofrecimiento, rotación...). Esto no significa que todo haya ido a la perfección y no hayan surgido problemas en la andadura de la asamblea, que se ve reflejada en su pérdida de fuerza y cansancio en el trabajo, y que el modelo de trabajo asambleario no haya sido puesto en duda o haya despertado críticas y se hayan necesitado establecer diversos métodos para agilizarlas o hacer su trabajo más efectivo (mediante la delegación de asuntos a grupos de trabajo, la exigencia de propuesta constructivas frente al bloqueo, la no exigencia del consenso absoluto, etc.)

#### LA EXPERIENCIA EN EL TRABAJO DE COMUNICACIÓN DE LA ASAMBLEA PLAZA DALÍ 15M

A continuación voy a presentar brevemente la asamblea Plaza Dalí, su estructura y funcionamiento y el trabajo de la Comisión de Comunicación. Para ello me apoyaré en ejemplos de nuestras acciones y el aprendizaje de cambio social que se ha llevado a cabo, poniendo énfasis en el trabajo de comunicación que hemos venido construyendo en los últimos meses.

La “Asamblea Popular Barrio Salamanca-Plaza de Dalí” es parte del 15M como se refleja en el encabezamiento de todas sus actas: “El movimiento 15M y la Asamblea del Barrio Salamanca es la misma cosa”, no es una asamblea “producto de”, sino que es el mismo “15M”. Es una asamblea autónoma y soberana, solidaria y participe con otras muchas: esto significa que no nace como mera seguidora de un movimiento que tuviese un lugar central o una dirección, sino que es ella misma directriz, con tantas otras, del transcurso y decisiones del movimiento (imagen IV)<sup>126</sup>. Por su autonomía y soberanía se dota de todas las herramientas que le sean necesarias para su funcionamiento. En sus primeros días se dota de nueve comisiones para trabajar: comunicación, dinamización, acción, salud, enseñanza, políticas, infraestructura. Luego surgirán otras en su camino y otras desaparecerán, quedarán en *standby*, se transformarán o fusionarán.

Actualmente<sup>127</sup> hay dos comisiones con reuniones semanales, estas son una general de Comunica-Acción+ Infra (infraestructura, comunicación, dinamización, acción) y la de política

<sup>126</sup> Para ver de forma gráfica y cronológica las acciones propias y dentro del calendario del movimiento desarrolladas por la asamblea de Plaza Dalí: imagen IV.

<sup>127</sup> El trabajo tiene como referencia cronológica agosto de 2012.

local. Han dejado de realizar reuniones semanales, aunque se mantiene la comunicación, las de Igualdad de Género, Políticas y Legal. La de Educación se está reactivando dado que hay personas interesadas y este otoño hay proyectada la huelga general indefinida. A su vez, hay dos grupos de trabajo activos en problemas concretos y que realizan reuniones cuando se aproxima alguna campaña: el GT del Agua, contra la privatización del Canal de Isabel II, o el GT por la Asamblea Constituyente. También surgen grupos de trabajo cuando un tema determinado lo necesita, como por ejemplo, actualmente la convocatoria de intercambio de libros de texto. Sin embargo, las comisiones, grupos y tareas se han ido construyendo como móviles, y de la misma forma que se han desactivado unas, se vuelven a constituir, en razón a la oportunidad y la disponibilidad de gentes que se ocupen. La asamblea tiene sus medios de comunicación o métodos de difusión propios (imagen V), pero a su vez tiene medios de difusión compartidos por todo el movimiento y redes, más o menos informales, de relación con medios de comunicación locales y generales (imagen VI), a las que la asamblea trata de recurrir a la hora de ampliar la repercusión de sus acciones.

Es cierto que las asambleas surgen del impulso de Acampada Sol y de las otras acampadas del 15M del resto del Estado, de su centralidad mediática de aquellos días y como forma de “salir” de una situación a la que parecía no vérsela salida, la imposibilidad de permanencia en Sol por más tiempo, aunque intentando por un lado lograr la permanencia del movimiento surgido de unos acontecimientos, el de la ocupación de un espacio público central, y por otro buscando aprovechar la oportunidad de dar un nuevo impulso a un fenómeno que podía volver a desinflarse. Al respecto, una de las acusaciones que recibe el movimiento por parte de otras organizaciones es que tendría un carácter de revuelta espontaneísta, que de la misma forma que surge se desinflaría, retornando al mito de una España “anarquizante”, que vería surgir explosiones de indignación colectiva muy fuertes y llamativas, pero que de la misma forma que surgen se desinflarían, no ofreciendo ni un discurso consistente, ni unas propuestas determinadas, ni una organización sólida y con visos de perdurar. Son críticas que provienen de organizaciones no gubernamentales y de asociaciones vecinales, que por un lado envidian la capacidad del movimiento de conseguir no solamente la adhesión sino también la movilización e implicación de las gentes, cosas que éstas no logran, dado que si bien consiguen adhesiones y simpatía de la gente, no ven en sus convocatorias la masividad ni la implicación desinteresada con que cuenta el 15M. Las razones de esta implicación de las gentes en el movimiento responde, a mi entender, tras ver pasado el tiempo de la novedad y observar las verdaderas dimensiones del movimiento en su día a día y no sólo en sus grandes concentraciones, se encuentra en su doble vertiente tanto rupturista como reformista. Por un

lado, la dimensión rupturista contra el régimen imperante está presente, colocándose fuera de la institucionalidad, constituyéndose en organizaciones informales, donde no se necesita ni carnet, ni pagar cuota, donde la preocupación por medrar no está presente, que se coloca fuera para denunciar cívicamente la realidad imperante en las instituciones, y en otras organizaciones sociales como la de los partidos y sindicatos. Pero a la vez que su dimensión rupturista tiene una dimensión reformista, dado que no es una organización anti partidos o anti sindical, sino apartidaria y asindical, que reclama la democratización de dichas organizaciones, así como de las instituciones democráticas. Si bien hay tendencias que han visto en las asambleas un posible sustituto de las instituciones actuales no constituyen una opinión muy extendida o considerada realista dentro del mismo, aunque tampoco se niegue tal posibilidad.

La diferencia entre no estar adscrito a una determinada organización no significa que dentro del movimiento se descalifique a todas ellas, ni que se las descalifique igualmente a todas, por el contrario, es recurrente que se señale a unos como especialmente responsables de la situación, puntualizando que no todos son iguales y que existen excepciones, aunque estas, en el actual sistema de partidos o sindical, no sean “representativas”. Se supone que al movimiento se incorpora uno con espíritu crítico, con voluntad de aprender con los demás y no con las certezas aprendidas de antemano. De ahí que aquellas personas procedentes de otras organizaciones o que mantienen otras militancias se incorporan sin inconveniente aunque forman parte de la asamblea como personas individuales y no como miembros de un determinado colectivo. En principio no se decían las militancias de quienes las tuviese pero cuando había un tema en que entraba en colación la militancia estas personas lo mencionaban para evitar que fuese tomado como manipulación. Ciertas personas, como aquellas que también militaban en asociaciones vecinales, preguntaban el porqué de que la asamblea no actuase con estas de forma más “integral”. La contestación era que al igual que con partidos y sindicatos no se admitía la representación, y que si se actuaba en conjunto con organizaciones vecinales no era de forma integral.

La gente se incorpora a la labor de la asamblea, por un lado participando en el desarrollo de las mismas y por otro incorporándose a las distintas comisiones y grupos de trabajo. La incorporación a los mismo responde al interés de los participantes, no habiendo en principio barreras a quien no tenga el conocimiento, si esto ocurre es labor de los y las compañeras el ayudarle a que aprenda. Una de las características más importantes del movimiento es este, el que se trata de que la gente participe y que aprenda de los demás y con los demás, siguiendo el modelo de saberes compartidos y la ayuda mutua. Por ejemplo, un

tema que ha salido constantemente es el acceso a la información y a los canales de comunicación, ya sea de internet o telefónicos, que mostraban que había gente que no sabía hacer uso de los mismos o tenía dificultades, por lo que se buscaba facilitar el acceso a dichos conocimientos y herramientas y por otro ofrecerles otras vías que accediese a la información y de comunicación, desde la presencial al papel y las listas. A su vez se trata de que la gente no se quede en un puesto o realizando una tarea eternamente sino que existan sustituciones y rotaciones y que si uno se ha ocupado durante un tiempo de dichas tareas le enseñe lo que ha hecho y como hacerlo a quien le vaya a sustituir. En algunas ocasiones ese relevo tarda mucho en producirse porque no hay gente que quiera hacerse cargo y en otras ocasiones las tareas no son pasadas con la debida transmisión de conocimientos lo que conlleva cierta desconexión y que la persona sustituta desconozca el trabajo previo y ese bagaje se pierda.

Esta labor “docente” en el trabajo de comisiones y de la propia asamblea, que es marcada como fundamental por la misma, se transmite de la misma forma a las campañas y acciones a emprender, así durante las elecciones generales no se trató de señalar la necesidad de votar a uno u a otro candidato o partido, sino que especialmente se apuntó a formar a la ciudadanía en que se percatase de las consecuencias de su voto, de la necesidad de analizar los programas, de desenmascarar la supuesta imparcialidad del sistema electoral español y la realidad y las consecuencias de un sistema bipartidista de partidos. No estuvo ausente en el debate abierto dentro del movimiento la necesidad de votar a un determinado partido, de crear uno propio o de propugnar la abstención y deslegitimar un sistema partidocrático o de democracia representativa, sin embargo la campaña general se dirigió a tornar responsables y conscientes a los ciudadanos de lo que iban a hacer al votar o dejar de votar, así como la exigencia a las instituciones de que acabase con un sistema electoral muy lejano al ideal de “un ciudadano un voto”, así como la exigencia a las candidaturas y representantes de que cumplan con sus programas, con lo que el mandato representativo se acercase al delegativo, haciendo responsables a los partidos de lo que prometen.

A este respecto, el correo de la asamblea y las tareas de comunicación son centrales pues a él llegan todas las comunicaciones oficiales de las demás asambleas y desde el mismo redistribuyes a las comisiones y, sobre todo, si asumes dicha tarea, puedes conectar distintas gente o realizar una tarea de dinamización. La comisión de Comunicación se fusiona con la de dinamización y la de infraestructura, las tareas siguen deslindadas y las llevan a cabo pequeños grupos, pero las decisiones se toman en común, tanto debido a la menor participación de gente en la asamblea como a que sus tareas están entrelazadas y se tiene que decidir en

común<sup>128</sup>. En primer lugar las reuniones conjuntas son para acordar las tareas de dinamización de la asamblea y tienen que asistir un miembro de cada una de las otras comisiones. Por otro lado las tareas de comunicación son dependientes de las acciones que llevemos acabo.

En lo que respecta a las tareas de comunicación, estas se llevan de manera conjunta por los miembros de la comisión, aunque se establecen encargados de forma rotativa, y hay tareas específicas como subir actas, extractar consensos o mantener el foro actualizado que son desempeñadas por compañeros que se encargan de la función sin participar en la comisión, en general se trata de tareas más mecánicas. Además, entre las tareas de la comisión están: la revisión correos, envíos a googlegroup, envíos de comunicaciones a otras asambleas y a la Secretaria APM, elaborar boletín informativo de la asamblea, revisión del foro (a medida que pase el tiempo el foro se volverá inactivo), mantener la web, etc.

Resumo el trabajo en Comunicación tal y como se encontraba en agosto de 2013:

- A) La labor básica de revisar correos y enviar al googlegroup aquellos que deben ser tenidos en consideración por la asamblea. Al revisar correos asumo la decisión de enviar pocos sueltos de convocatorias, pues trato de integrarlos al boletín de la asamblea.
- B) Se mantiene un Boletín donde se recogen convocatorias externas e internas, tomando de modelo el boletín semanal de Tetúan, incorporando las convocatorias específicas de Plaza Dalí (acciones, convocatorias, asambleas y reuniones de trabajo) u otras que no estuvieran presentes, hubiesen llegado al correo o tengamos noticia. Es semanal y su distribución ha sido solo para el googlegroup (aunque al principio también se publicaba en la web). Se tiene pensada posible suscripción externa.
- C) Se crea un .doc para la formación del orden del día de las asambleas de los sábados. Se pretende así abrir a la participación su elaboración y favorecer el orden de su trabajo trasbajas en dinamización.
- D) A las asambleas lleva la información importante del correo. Se prioriza los mensajes que lleguen de la APM y las peticiones directas de otras asambleas, así como las propuestas que envía la gente de la asamblea. Se procura no sobrecargar la asamblea con toda la información que llega al correo para aumentar la operatividad y que nuestras asambleas no sean una mera lectura de convocatorias o comunicados.
- E) Quien está en el correo asume una posición de dinamización: cuando surge una campaña propia, una convocatoria de manifestación, etc, trato de ir incorporando a la gente a su

---

<sup>128</sup> Luego se termina por fusionar las comisiones de Comunicación y Acción, para más tarde integrar la de infraestructura. Se comprende que tanto las tareas de dinamización como de infraestructura son comunes y que en su mayor parte responde a la preparación de las asambleas.

organización con distintas tareas. Este ha sido el punto que considero que ha tenido más éxito y es muy necesario; aunque depende mucho del tipo de convocatoria que se pretenda realizar, cuanto menos dependa de fuera y dependa de las propias fuerzas mejor.

- F) Nos encargamos de conseguir la cartelería, solicitar diseños y buscar que alguien se encargue de la impresión, así como lograr grupos para las pegadas.
- G) Mantenemos el Facebook informado de las cosas propias de la asamblea y animo a la participación (en una cuenta no oficial).
- H) Se incursiona en la utilización del twitter, que en principio solo publicaba los post de nuestra web, para más tarde encargarse de su manejo una sola persona, con ayuda de otras dos en momentos puntuales, con una mayor autonomía y creatividad. Dicha encargada maneja redes sociales como community manager sea twitter o un futuro facebook de la asamblea.
- I) Una de las bases de nuestro proceder asambleario es que las tareas roten y existan relevos. Se intenta que nadie se eternice en el desempeño de una tarea, tanto para que no se convierta en asunto particular como para que no se canse, pero sobre todo para que otras personas aprendan a desempeñarlas. Es el principio de que nadie es imprescindible, sino que todas lo somos, y cualquier persona es capaz de implicarse en la asamblea, en las acciones y en las tareas, con la ayuda de las otras. Por eso es muy importante hacer bien los relevos y con tiempo, manteniendo el acompañamiento hasta que las nuevas aprenden las tareas. A su vez supone un aprendizaje de trabajo en grupo lo que hace necesario que los miembros antiguos se encarguen de recibir a los nuevos miembros e informarles. Es una tarea tanto técnica, de enseñar cuales son las tareas, como de socialización, dado que todas las personas tenemos nuestro carácter y aprender a trabajar juntas no es una tarea sencilla.
- J) Cuando se ha querido realizar los relevos a nueva gente, se ha intentado hacerlo con tiempo, primero conversándolo con distinta gente, viendo quien se podía animar a hacer el relevo, luego presentándolo a la asamblea, por si alguien salía de ella, animando a que fuese un grupo de gente dado que algunas tareas son tediosas y me parecía mejor que las desarrollase un grupo.

Esta tarea de formación de los nuevo miembros en las comisiones se ha desarrollado también a través de la creación de talleres, como los de infraestructura (creación de pancartas y camisetas) o los de comunicación. En el realizado en comunicación presentó un mapa (ver anexo) de herramientas de Internet e informáticas de las que se había hecho uso, comentando virtudes y males. A su vez se explicó el trabajo práctico con un ejemplo concreto como fue la preparación de las Jornadas de la Cárcel de Ventas, mostrando cómo te comunicas hacia el exterior y cómo es la comunicación interna, así como se coordinan mediante reuniones, email



o llamadas los grupos con comunicación a la hora de realizar una campaña. El propio taller sirvió para que saliese un grupo que realizase las tareas: Marta (correo, web), Mario (Youtube, videos, Tomalatele), Virginia (coordinación y buscar personas referentes para los distintos proyectos), Joaquin (actas), Elena (se encarga de que se cumplan distintas tareas cotidianas de la asamblea), Daniel (carteleria), Olga (twitter y futuro facebook), Ignacio (ayuda con aspectos técnicos de la web). Este es el esquema general de organización de las tareas de comunicación tal como quedó con el relevo, sin que quite que unas se ayuden a otras. A su vez, no se trata de tareas exclusivas sino que todas estas personas participan en acciones y tareas de otras comisiones, o grupos de trabajo.

A excepción de dos personas, las demás no somos periodistas ni especialistas en comunicación, pero hemos aprendido a narrar y transmitir nuestros intereses y preocupaciones, a desarrollar campañas y ser capaces de comunicarnos con las otras personas en distintas formas. El modelo organizativo ha venido dado por la experiencia, marcado por la organización de las jornadas temáticas (Educación, Sistema electoral, ¿Okupación o liberación de espacios?, ¿Banca pública?), las campañas (Comercio Responsable), y las realización de las Jornadas de Cárcel de Mujeres de Ventas, o la de la Consulta Popular del Agua. Se trata de que una persona de referencia realiza las labores de coordinación y dinamización de un grupo de personas interesadas, repartiendo el trabajo y delegando las tareas a desempeñar. Por tanto, no se trata de que el referente realice todo el trabajo o decida las características del mismo sino de que incentive y sea referente al que acudir a la hora de emprender un trabajo, fomentando la participación y la comunicación entre los miembros del proyecto.

Existe una seria dificultad a la hora de establecer ciertos acuerdos que no terminan de estar resueltos. Si bien desde un principio se señaló que la participación en las asambleas era a título individual y no como miembros de un determinado sindicato o partido político, sigue habiendo debate acerca de la relación asambleas, partidos políticos y sindicatos. Si bien hay sindicatos, como CNT y CGT con los que la relación ha sido más fluida y se ha participado con ellos en los llamados “Bloques Críticos” y las movilizaciones contra la Reforma Laboral, y existen militantes de partidos políticos, parlamentarios como IU y extraparlamentarios como Izquierda Anticapitalista, POSI, etc., así como de sindicatos como CCOO, la crítica a su actuación es importante dentro del movimiento, sobre todo respecto a alianzas y funcionamiento poco participativo respecto a los partidos parlamentarios, y es fuertemente crítica respecto a los sindicatos “mayoritarios”, tanto por su burocratización y alejamiento de las bases, su actitud pactista, su implicación en el modelo de desarrollo y sus pactos con gobierno y patronal, que los han alejado de la combatividad.

A continuación presento algunos ejemplos que considero ilustran esta forma de operar. Incluso los propios miembros de estos sindicatos participes de las asambleas son críticos con sus aparatos. Por eso mismo se distingue entre sus militantes y los aparatos.

1. En la acción de difusión y propaganda del **12M15M** del 2012, de la Flashmob 15M Airlines Aeropuerto Internacional de Madrid, se sigue el esquema de la Asamblea l'Assemblea de Les Corts del moviment 15M (28-12-11), y se coloca como persona de referencia a Virginia, con la colaboración de Elena y Alejandra, y Comunicación colabora realizando difusión. Se pretendía que la realizasen al mismo tiempo distintas asambleas, lo que no se consiguió y luego distintas gentes de la asamblea van colaborando en las múltiples ocasiones. Se necesita un mínimo de 5 personas, 3 para los movimientos de los azafatos, otra para el sonido y una quinta para repartir octavillas o “material de vuelo”. Esta acción tiene gran repercusión en visionados (unos 5000 visualizados en los dos primeros días y unos 10.489 a 5 sept) porque se trata de una grabación de calidad aceptable tanto en sonido como imagen (frente a otros vídeos subidos anteriormente de la misma acción de peor calidad), está editada –titulada, descripción y palabras clave-, pero especialmente porque es retuiteada por una de las figuras twiteras del movimiento @fanetin. A su vez, supone un gran éxito de participación dado que implica a muchas personas de la asamblea y gente que estaba entonces más vinculada a Salamanquesa. Para la difusión de la acción se ofreció a las asambleas un vídeo con los movimientos y el sonido que tenían que hacer para desarrollar la acción. La persona de referencia, con la ayuda de un pequeño grupo de dos personas coordinaba la acción: seguir las respuestas de las asambleas por si se animaban a realizarla, la propuesta en la APM, coordinar los preparativos y ensayos previos, remodelación del texto, conseguir la gente que se necesitase para las distintas acciones. Sin que hubiese comunicación directa nos enteramos que la asamblea de Málaga realiza su versión de la performance para las mismas fechas.

Además, sucede que como Virginia es una persona en silla de ruedas el grupo se debe adaptar a las circunstancias de movilidad de nuestra red de transporte, cosa que luego saldrá en la autoevaluación de la asamblea y en la Interbarrios donde se reflexiona ampliamente sobre el tema de “Asambleas sin barreras”, en el sentido que esa experiencia nos ayuda a ponernos en el “lugar de las otras”<sup>129</sup>.

Esta acción ejemplifica lo que se plantea la comisión de Comunic-Acción+Info: acciones llamativas que sean un reclamo para la gente, que remueva conciencias, que puedan ser

---

<sup>129</sup> Si bien en AP Plaza Dalí 15M ha existido la preocupación por la accesibilidad de las asambleas, hay asambleas próximas que tienen un trabajo mucho más elaborado y de las que hemos aprendido, como el de la comisión de accesibilidad de la asamblea de La Concepción, que han elaborado manuales de accesibilidad e incluso talleres.

copiada por otras asambleas o gentes (como nosotras la pillamos de Barna) y realizadas. La propaganda que se reparte con la acción “instrucciones de vuelo durante la crisis” se compone de un folleto con la programación del 12M15M y de un enlace a la web de Memetro, plataforma a la que se quiere promocionar, denunciando el crecimiento abusivo de las tarifas del transporte público.

2. Otro ejemplo, en el que destaca el aspecto creativo y cultural, siguiendo el lema que estaba pintado en las paredes de la entrada **“Nuestra creatividad será su destrucción”**, como propaganda de la semana de circo de Salamanca (vídeo en bibliografía). El Centro Liberado de La Salamanca se dota de sus propios medios de decisión (asamblea), jornadas de trabajo y medios de comunicación (twitter, facebook, web). La relación entre Salamanca y Plaza Dalí es informal, aunque mucha de la gente que realiza y mantiene el espacio libreado también trabaja en la asamblea. Entonces, se difundirán por parte de Comunicación las actividades de la Salamanca, y la gente participará activamente en el aniversario del 15M y en otras actividades. Sin embargo La Salamanca tenía un carácter más general sirviendo de espacio en el que tienen lugar múltiples convocatorias, jornadas, asambleas tanto del 15M (temáticas, reuniones de la Comisión de Políticas de Plaza Dalí, APM, etc.) como de otras plataformas o agrupaciones (Diversidad Funcional, I Congreso Feminismos 15M, Toma la Zarzuela...).

Sin embargo, existen críticas al modo de operar de Comunicación en cuanto a que no se implica de la misma forma con todas las propuestas de la asamblea. Si bien es cierto que siempre tira más implicarse en aquellas que a uno más le gusta, por un lado hay distintas personas en la asamblea, hay posibilidad de integrarse en su trabajo para llevarla uno mismo si se piensa que se puede hacer mejor y por otro lado, el éxito de una propuesta no depende sólo de su aceptación por parte de la asamblea, sino también de que exista alguien que se implique, primero como figura referente -dinamizando e invitando a que otros participen-, y luego formando un grupo que lo lleve a cabo. Muchas propuestas pueden ser avaladas por la asamblea y ser buenas, pero al no haber un grupo o persona que se encargue de llevarlo a cabo, termina por no realizarse o no hacerse con la implicación que merecería. Por otro lado el éxito depende mucho del ámbito que pretenda abarcar y el alcance que desee tener el mismo. Por ejemplo, pretender acciones que sean secundadas por todas las asambleas de Madrid, resulta mucho más complicado, al tener que coordinarse en la Asamblea Popular de Madrid y “competir” con las otras propuestas de las asambleas y con los calendarios y actividades propias de las asambleas, que realizar una propuesta que cuente simplemente con las fuerzas,

los recursos y las colaboraciones del barrio o contactos directos. Esto no significa que todo lo que hagamos haya de tener un impacto local o sea de carácter local sino que se ha de trabajar desde lo local, invitando a quien se crea necesario invitar de forma lo más directa posible – dado que hace falta “implicar”- y tratar de hacer que se trascienda dicho ámbito local. Al respecto, otra de las preocupaciones existentes es que pareciera como que lo que no se realiza en los barrios céntricos de Madrid no tuviera relevancia y cuando se queda a las comisiones, a las concentraciones y a las manifestaciones siempre suele ser en las calles del centro. A mi parecer esto es un centralismo bastante pernicioso, pues de lo que hemos aprendido y lo que podemos preguntar a las gentes de las asambleas que ha cambiado en ellos el 15m, entre las cosas, como en nuestro barrio, es encontrar gente con las que debatir y hacer cosas en el barrio, encontrarse con otras en un barrio que no se veía posible tener gente que compartiese. Así, una de las cosas que marcan más a las gentes, más allá de la acampada Sol, es la constitución de las asambleas en los barrios y ver tantas vecinas juntas hablando de política, así como las primeras manifestaciones de las asambleas, como en la nuestra que cortamos calles de unos barrios rancieros y solo ocupados por comercios. Hicimos posible que se hiciera realidad algo que no se hacía desde hace mucho tiempo, tomar las plazas de los barrios, las calles y la palabra, compartir con otros y ser humanos, como personas junto a otras personas que eran capaces de hablar de lo público, de lo común y exigir que los Mercados o el Capital no se arrogase ser todo lo existente y destruyese la comunidad.

#### **AHORA OS MUESTRO BREVEMENTE UN EJEMPLO PRÁCTICO: LAS JORNADAS DE LA CÁRCEL DE MUJERES DE VENTAS**

Antecedentes: Pasa por asamblea la creación de una Comisión de Igualdad de Género (Acta 10/9/11) y el comunicado de las Jornadas pasa por la Asamblea cuando ya se tiene una idea más o menos clara de lo que se quiere hacer. Una vez comunicada la idea inicial de Las Jornadas (Acta 30) hasta que queda terminado el programa la comisión pasa por múltiples asambleas para informar de como va el trabajo (Acta 37), trasladar a la asamblea el programa definitivo de las jornadas (Acta 38), y la asunción del gasto y tareas de difusión por parte de la asamblea (Acta 39). En dichas comunicaciones también se busca la participación de más gente en la preparación de las jornadas e incluso la participación, desde sus propios ámbitos de trabajo de otras comisiones (Comisión de Políticas y Comisión de Política Local).

La línea de trabajo por aquellos meses está registrada en una nota de prensa, para ser incluida en el Periódico Madrid 15M pero que no fue publicada, aunque sí el programa de las jornadas en el número de marzo. Nos sirvió para anunciar la acción a las asambleas de Madrid y a nuestra gente en que estábamos trabajando. Concluimos que el formato más idóneo para el periódico son o bien las convocatorias, como la de las jornadas, para que fuesen publicadas, y la elaboración de artículos sobre temáticas de interés, siempre con el aval de la asamblea, dado que estos tienen prioridad en su publicación.

De la conformación de un grupo de reflexión, el encuentro con una problemática, el surgir de un interés por transformar esa realidad, el planteamiento de la realización de una acción-actividad, su organización, su paso por asamblea, su concretización y la labor de comunicación en todo el camino, el trabajo fue arduo y el resultado sorprendente.

1. Por el Día de la Mujer, la Comisión de Igualdad de Género de la Asamblea Popular Plaza Dalí organizó las Jornadas “La Cárcel de Ventas y la memoria de las mujeres presas”, el 9 y 10 de marzo en el local de la FRAVM (C/ Bocángel 2, Madrid) y el CS Salamanesa (C/ Peyré 6, Madrid). Se realizaron dos mesas redondas, una exposición que permaneció abierta en Salamanca hasta el 25 de marzo, y un acto conmemorativo en el lugar donde estuvo dicha prisión femenina el día 10 de Marzo. El día 25 se proyectó la película “La voz dormida” en el vídeo forum de la Salamanca.

Las Jornadas fueron un homenaje a las mujeres presas que sufrieron la terrible represión franquista en la Cárcel de mujeres de Ventas de nuestro barrio, y en muchas otras del Estado español. En ellas reivindicamos la memoria de las luchadoras por la libertad y la necesidad de que todas tengamos presente nuestra propia historia. Se partía de que no podemos dejar de lado nuestra historia y olvidar a todas aquellas mujeres que ayer, pero también hoy, siguen luchando por la libertad, la equidad y la justicia social.

Se llevo a cabo los días 9 y 10 de marzo para no sobresaturar el día 8 de marzo, en el que asistimos a la manifestación por el día de la mujer o del día de la mujer trabajadora. En la manifestación, que tuvo una asistencia superior a la de otros años, predominaban las consignas y pancartas que asociaban la lucha de la mujer trabajadora, asociando demandas de género, identidad y clase, y remarcando los múltiples espacios de lucha en los que las mujeres y otras personas se batían. Hicimos difusión de la convocatoria de las jornadas (folleto y programa).

Los actos en la sede de la FRAVM del viernes 9 de marzo fueron realizados a partir de las 19hs, con una mesa redonda, titulada “Memoria de la Cárcel de Ventas”, moderada por Justa Montero, con Luis Garrido (vecino del barrio de Fuente del Berro, autor de “Los niños que perdimos la guerra”), Ildelfonso Gómez (abogado, Plataforma contra la Impunidad del Franquismo), Fernando Hernández (historiador, autor de “Mujeres encarceladas en la prisión de Ventas: de la República al franquismo, 1931-1941”). Había sido invitada Concha Carretero, presa Cárcel de Ventas que fue miembro de las JSU y que no pudo estar presente debido a motivos ajenos a su voluntad. Esto último implicó que perdiera en cierto grado el matiz que le queríamos dar, que era el de centrarlo en la problemática concreta de las mujeres que sufrieron la cárcel, con una mujer que es memoria viva de aquellos años. Sin embargo, tanto por intervenciones de mujeres del público, como la de Isabel Blas contando los sufrimientos y torturas que les contaban sus familiares presas a las que les sometían los carceleros a las presas, así como la del propio Luis Garrido que contó la experiencia de él como niño cuya madre tener que ir a la cárcel donde estaba su padre, las humillaciones que sufría por parte de las falangistas, así como las intervenciones de mujeres que contaban no sólo la experiencia de sufrimiento sino también la de resistencia y lucha por parte de estas mujeres (trajes que enviaban a la resistencia contra el fascismo como maquis, la organización de enfermerías y escuelas en la cárcel -que en aquel momento era un campo de concentración-, las huelgas de hambre que emprendieron para exigir mejores condiciones cuando, ante la caída de las potencias del Eje, el fascismo español buscaba cambiar su percepción internacional).

Al término de la mesa redonda se invitó a todos los presentes a la inauguración de la exposición “La Cárcel de Ventas” de Fernando Hernández Holgares, que contó además con una proyección de diapositivas históricas cedidas por Luis Garrido. La instalación y selección fue a cargo de la gente de la asamblea, así como de toda la gente de Salamanquesa que preparó la sala de exposiciones para la ocasión -sacando escombros, limpiando y saneando paredes y techos, haciendo la instalación de luces, etc. La exposición permaneció abierta al público en el C.S. La Salamanquesa del 9 al 25 de marzo.

En cuanto a la publicidad y cartelería, se ocuparon de la cartelería tanto el compañero de la asamblea Daniel como Carla de Salamanquesa. Al principio hicieron versiones diferentes, aunque cada uno dirigida a ofrecer una información determinada. Finalmente trabajaron juntos y unificaron criterios. El resultado fue crear un cartel específico para la exposición en la Salamanquesa que fue reproducido en grandes dimensiones (A2 y A1, color) para colocar en lugares clave -entrada a la exposición, en la puerta de la Salamanquesa y en la puerta de la sede de Bocangel-, y otro cartel para anunciar las jornadas de manera general, con

información de las charlas y de la exposición, tanto en blanco y negro para pegar en el barrio, como en color para lugares específicos como la sede de FRAVM e Intenet. Luego se realizaron unos dípticos sobre este último modelo de cartel para repartir en mano, en buzones y parabrisas de coches.

En cuanto a la difusión constó de envío de emails a las asambleas de Madrid, a través de la lista de la APM, el envío de email a nuestro meiling de gente del barrio y un último envío a un listado de medios de comunicación y periodistas. En los primeros constaba el programa de las jornadas y del enlace permanente y actualizado a la URL con la información general de las jornadas en nuestra Web, mientras que el envío a los medios de comunicación y periodistas constaba de una nota de prensa elaborada por Paula y el enlace a la URL de las jornadas.

El sábado 10 de marzo, a las 12hs, se realizó la mesa redonda titulada “Memoria de las mujeres presas”, que contó con Isabel Pérez Alegre de la Asociación La Comuna Presas y Presos del franquismo, Fernando Hernández (historiador) y Alicia Alonso (abogada, especialista en derechos humanos y agente de igualdad). Esta charla se ajustó más a lo que quería la Comisión de Género de centrarse en la situación particular de la represión y resistencias de las mujeres encarceladas durante el fascismo. Por un lado Fernando Hernández contó los fundamentos ideológicos de la represión contra la mujer y su modelo carcelario, que caracterizó no como una novedad sino como una contrarrevolución conservadora católica, que supuso un retroceso respecto a las experiencias higienistas y de reinserción de la República, que meramente habían comenzado a aplicarse. Su fundamento era encerrar a las mujeres, limitarlas a las labores de “su sexo” y mantenerlas en una constante actividad de rezo e Iglesia. También abordó las experiencias de resistencia y autorganización de las mujeres en la cárcel y desmentir las mentiras del régimen, como la de su suavización con el paso de los años. Igualmente Isabel Pérez remarcó la importancia de la lucha y la formación ideológica al contar su experiencia en la cárcel de Ventas en el tardofranquismo, desmintiendo el supuesto ablandamiento del régimen. Por su parte, Alicia Alonso nos contó la realidad actual de las cárceles de mujeres, su situación, condiciones, régimen, delitos por los que llegan, y procedencia, así como la especificidad del encarcelamiento de las mujeres en la actualidad. Este último punto era crucial en el debate de la comisión de género dado que no nos queríamos quedarnos únicamente en la memoria histórica, ni solo abordar la república, el fascismo o los años de la lucha por la transición; queríamos enlazar con la actualidad, porque hoy existen mujeres encarceladas por múltiples delitos, unos que pueden ser considerados como políticos y otros como comunes, muchos de ellos asociados a su condición de mujer, y sufren condenas específicas, unas como mujeres y otras como madres. Se trataba de establecer el lazo entre condiciones de represión y

encarcelación, de luchas sociales, de luchas de la mujer, para recoger el testigo y proseguir la lucha.

A las 14hs del sábado 10 realizamos un acto de homenaje a la memoria de las mujeres presas luchadoras por la libertad en el único lugar público que queda de lo que fue un día la Cárcel de Ventas<sup>130</sup>. El acto consistió en un pequeño espectáculo de danza contemporánea, la lectura de un manifiesto en su honor y la colocación de una placa en su memoria, que se dice: “A las presas políticas de la Cárcel de Mujeres de Ventas, 1933-1969. Verdad, justicia, reparación”. La placa quedó así, aunque en el debate interno de la comisión se quería dar un homenaje a tantas otras mujeres que estuvieron presas en dicha cárcel por crímenes considerados en aquel entonces como comunes, pero que hoy consideramos de carácter político, y a tantas otras mujeres que se veían abocadas al confinamiento por la marginación social y la pobreza.

La asistencia a las jornadas fue muy numerosa, especialmente en el homenaje con casi doscientas personas y con ausencia total de policía, algo sorprendente al ser una convocatoria pública, no avisada como venimos haciendo el 15M ejerciendo nuestra libertad de reunión, en la que instalamos una placa sin permiso, utilizando megafonía y siendo que habitualmente los coches municipales, nacionales o de antidisturbios nos siguen allí donde vayamos<sup>131</sup>. A continuación, a las 14:30, nos fuimos a comer a la Salamanca donde nuestras compañeras habían preparado una comida solidaria para toda la gente, que llevaba el título: “Ni olvido ni perdón: justicia y reparación”, y realizaron el Mural “Mujeres Libres”.

Tras esta experiencia en la que participaron más de 20 personas, cuando al inicio la Comisión de Género era vista con recelo, nos dimos cuenta de la fuerza que tenemos, de las capacidades que se despliegan al trabajar juntas y de un aprendizaje adquirido en comunicación que es vehículo de dicho empoderamiento ciudadano. El modelo de comunicación de las Jornadas fue la base para la realización de un Manual de Campaña de Difusión del que simplemente mencionaré algunos ejemplos sobresalientes, ya que es bastante extenso.

---

130 Es el parque municipal situado entre C/ Rufino Blanco y Vizconde de Matamala 1 (Mapa <http://g.co/maps/vpedp>)

131 Gran presencia de furgones de antidisturbios hubo, por ejemplo, en el desalojo de Salamanca, protestas por el desalojo ante El Corte Inglés, o nuestra asistencia al pleno del Distrito para protestar por el mismo tema.



**MANUAL DEL TALLER DE COMUNICACIÓN: HACER UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN (EXTRACTO DE EJEMPLOS DE LAS JORNADAS DE LA CÁRCEL DE VENTAS)**

A la hora de difundir:

**1. Trabajo previo de la Comisión o Grupo de Trabajo (“Igualdad” de Género)**

- Tratar las problemáticas que consideren oportunas
- Cuando sale una propuesta y se acepta el grupo busca más información - se recopilan textos, noticias, videos, fotos, webs, libros, películas, organizaciones que lo estén o lo hayan trabajado antes, contactos con personas referentes y con grupos de trabajo y comisiones de otras asambleas (Feminismos Sol, comisiones feministas asambleas de barrio)
- Concretar qué se va a hacer: Ej: Jornadas de dos días sobre la temática “Cárcel y mujer”, acto de homenaje y colocación de placa conmemorativa, exposición sobre la Cárcel de Mujeres de Ventas, comidas de confraternización.
- Crear un dossier con toda la información y contactos disponible para las personas que participan en la acción
- Concretar el Programa de las Jornadas: horarios, lugares, invitados...
- Reparto de tareas dentro de la comisión

**2. Crear URL fija para las movilizaciones, jornadas y acciones que vayan a tener continuidad en el tiempo. Fácil de recordar y/o escribir <http://plazadali15m.net/blog/carcelmujeres/>**

- Será la página de referencia con todo lo que tenga que ver con estas jornadas.
- Comenzará a funcionar con la difusión de las jornadas (también se puede comenzar con las reuniones preparatorias si se las quiere publicitar).
- Permanecerá durante todo el transcurso de las jornadas (actualizaciones, modificaciones).
- Seguirá tras haberse concluido las jornadas: ofrecerá todos los resultados de las jornadas, una crónica, la repercusión en los medios, el material publicitario, la documentación que se ha ofrecido, se publicarán los enlaces a los vídeos, fotos y audios.
- Controlar los comentarios: algunos son simples inclusiones de la nota de prensa, otros son comentarios directos.
- Si hay cambios importantes guardar una copia de la entrada con otro nombre.
- Publicación en blog:

- a) Titular relevante que resuma la noticia (fecha-lugar-hora) -este saldrá en twitter-
- b) Texto introductorio con la información esencial de la convocatoria: en que consiste, breve justificación, fecha, lugar, hora, qué se necesita llevar... Muy breve pero suficiente y llamativo. Tras el mismo se puede poner “Leer más”.
- c) Acompañar con foto bonita alineada a la izquierda y en un tamaño proporcional a la página (resolución: 72ppp 600X600).
- d) Introducir tras el “Leer más” el resto de la información de la convocatoria. Programa de las jornadas, texto donde se amplíe la información, cartelería y folletos de difusión, vídeos, fotos y audios de difusión, enlace al mapa de Googlemaps del lugar, otros enlaces, etc.

### **3. Distribución de tareas entre la gente de la Comisión y abrirlo a participación de otras**

- Tareas grabar Cuña de Radio: Alex, Virginia y Mario.
- Envío de mail a medios de comunicación: Paloma.
- Seguimiento de radios: Virginia; de TV: Mario.
- Discurso de Ventas: Celia – escritura y lectura.
- Baile homenaje: Naiane y sus compañeras.
- Megafonía: Jonay.
- Entrevistadoras: Alejandra.
- Grabación de las charlas (audio): Almudena/Paloma.
- Grabación de las charlas y actos (vídeo): Darío.
- Fotografía: Almudena.
- Comida de inauguración exposición/ comida confraternización en La Salamanquesa. Alberto, Paula, Fer, Paula, Miguel, Ricardo.
- Preparación de la Sala de Exposiciones de la Salamanquesa: igual que el anterior
- Preparación de la exposición: Luis, Daniel, Gerardo, Dioni, Darío.
- Cartelería de la exposición y Jornadas: Daniel y Carla.
- Proyección de diapositivas: Daniel (fotos del barrio de Luis Garrido).
- Presencia de Legal: Comisión legal.
- Contacto con las salas de exposiciones CC. Fuente del Berro, CC. Buenavista, Biblioteca Manuel Alvar, Asamblea Salamanquesa, FRAVM: Mercedes, Isabel, Darío.
- Nota de Prensa y crónicas: Paula Guerra.

- Anfitriona en la mesa de las jornadas: Paloma.
- Realización placa memoria: Justo.
- Difusión física: publicidad en el barrio -folletos y pegada de carteles- , manifestaciones (8 Marzo...), grupos de pegada, reparto de folletos en mano y buzoneo.
- Entrevistas en radios: Paloma, Almudena, Celia, Darío.

#### **4. Solicitud de colaboración a la gente de la asamblea**

- Un correo común a la gente que te diriges, previo haber tanteado su disponibilidad/ interés.
- Enumerar las tareas específicas que se necesitan cubrir y cuándo (antes, durante y después). Contar con un cronograma orientativo.
- Dar detalles generales de la convocatoria: fechas, horarios, lugares, infraestructura necesaria.
- Hacer mención de las carencias detectadas por si pudieran ayudar, ofrecer datos o contactos.
- Hacer mención de la gente que se encuentra ya implicada y tareas que desempeñan o van a desempeñar (por si las tareas tienen aspectos comunes que puedan interactuar sin mediadoras).
- Hacer mención de los responsables de áreas si los hubiera.
- Hacer una breve descripción del tema de la convocatoria y enfoque de la misma para que puedan adaptarse y apropiarse de ella. En este caso: perspectiva de género, memoria histórica y problemática mujer y cárcel.
- Ofrecerles el link o lugar de donde pueden recoger material necesario para el desempeño de sus tareas.
- Ofrecerles un día de reunión por si quisieran aclarar el tema con los responsables.

#### **5. Recomendaciones en cuanto a herramientas y recursos a utilizar (licencias)**

- Uso en la medida de lo posible de software libre, tanto para dotarse de herramientas que en un determinado momento podamos adaptar a nuestras necesidades, como para que todas puedan tener acceso a las mismas.
- Que se utilicen en lo posible fotos, vídeos y música con licencias libres (creative commons) tanto en la creación de vídeos y audios, como en las acciones y flashmob. Sino es posible que se controle o pongan límites a su difusión, se impida que te agregen publicidad. Hay distintos bancos de imágenes, vídeos, sonidos y música Creative Commons. Entre los

lugares con música: <http://www.jamendo.com/es/>

- Promocionar el uso de sistemas operativos “libres”: Linux, Ubuntu, Debian...
- Software Libre: LibreOffice, Gimp (imagen), Simple Image Reducer (trabajo con imágenes por lotes), Inkscape (dibujo vectorial), Audacity (minutaje sonido, montaje cuñas radio), VLC (reproductor video y extractor de audio de videos), Pitivi (edición de video), Mumble (asambleas virtuales), FilleZila (FTP), Firefox (navegador, múltiples complementos DownloadHelper, Zotero, DownloadAll, Web Developer...), Inkscape (dibujo vectorial)
- Para guardar el material de sonido o video lo mejor es [archive.org](http://archive.org), pero para su difusión es mejor Youtube o Vimeo y su introducción en las redes sociales.
- El uso de nuestros propios espacios de almacenamiento es lo más oportuno mientras se disponga del mismo, sino hay que recurrir a espacios de almacenamiento gratuito.
- Tener en cuenta las restricciones a las subidas de materiales, tanto por “peso” como por número. Atención a la exigencia de cuentas “premium” (ej: flicker- google+ fotos).
- El material subido adscribirlo a una licencia creative commons con mención de autoría.

## 6. A las asambleas de Madrid a través de la Lista APM

- Siempre va la convocatoria y programación en texto plano (aunque cartel adjunto o imagen).
- Se ofrece un enlace fijo donde puedan consultar la información actualizada; siempre es mejor remitir a un enlace que insertar el documento o la imagen.
- Hacer un seguimiento de la integración en sus boletines y listas de distribución y contestar todas las preguntas que les surjan. Son los que nos van a realizar las pruebas finales de enlaces y de que todo esté claro. También nos indica el interés levantado por la convocatoria. No hay que preocuparse si no hay una muestra de interés directo, pues muchas veces tiene mucho curro y sólo redirigen.

## 7. Se envían correos a todos los medios de comunicación

- Ofrecer a la prensa una nota clara de a lo que se convoca y su justificación.
- Tiene un lenguaje fluido, sin muchos enlaces ni acotaciones.
- Se les ofrece, a ellos sí, una imagen para que ilustren la noticia.
- Se les ofrece el enlace donde pueden extraer el programa actualizado de la convocatoria.

## 8. Se realiza el seguimiento de medios

- Para realizarlo se reparte el trabajo con más compañeros.
- Estar atento a realizar las citas para las entrevistas y mandar el material que necesitan.
- Para este trabajo es necesario indicar a los colaboradores por dónde se va en el trabajo y a que se han de circunscribir.
- Para designar tareas se informa a todos los colaboradores (Ej: en BCC a Paloma) pero dejando claro a quien va dirigido (Para: Virginia y Alex).
- Quién revisa el trabajo de las demás para ejercer mejor su función de coordinador no se inmiscuye en sus trabajos pues ha delegado.

## 9. Seguimiento de la repercusión de la campaña

- Cuando comienza la campaña de difusión, antes de lanzarla, se crea una alerta Google para que te llegue toda la información que va saliendo al respecto, para tener una medida de la repercusión: [www.google.es/alerts](http://www.google.es/alerts)
- Se eliminan las alertas cuando se ve que dejan de tener relevancia las noticias que nos llegan.
- Se hace una búsqueda a través de un buscador o buscadores diferentes de la campaña en los medios y se recopila la información.
- Se busca si ha salido la noticia en prensa que nos interesa o en la que suelen salir nuestras cosas (Ej: Gaceta Local, Zona Retiro, etc.).
- Se recopila la información de repercusiones en medios.

## 10. Distribución del trabajo práctico, personas de referencia (mensaje interno a la asamblea)

- Se hace una convocatoria interna a la gente en general de la asamblea para cubrir las tareas específicas del momento de la acción-actividad.
- El ella se colocan las tareas a realizar y los horarios en que se han de hacer dichos preparativos.
- Se enumeran los momentos concretos en los que se va a necesitar apoyo.
- Se ofrecen los nombres de las personas que son referencia en cada uno de los lugares y horarios de la convocatoria.

### **11. Contactos con medios que no han podido asistir pero que se muestran dispuestos a mantener colaboración**

- A los medios de comunicación que se han mostrado interesados, aunque no hayan publicado nada por tiempo o lo que sea, se les sigue proponiendo difundir los “resultados”, productos audiovisuales, crónicas, etc.
- Para ello es muy bueno elaborar dichas crónicas, reportajes fotográficos y vídeo divulgativo de lo ocurrido (de entre 3 a 5 minutos).
- También es bueno hacer un minutaje de los distintos materiales tanto sonoros como de vídeo de los momentos más cruciales tanto de lo que se dice como de lo que refleja.
- Es también muy importante hacer una selección de las fotografías, buscando tanto la calidad como la trascendencia de las mismas.

### **12. Grabación y recopilación de documentación**

- Recopilar todo el material que se realice.
- A la gente que en la acción esté grabando pedirle que nos las envíe. Opciones: dropbox, correo, físico DVD, etc. Cuanta mayor calidad tenga mejor. Ofrecerle, si les interesa, las nuestras.
- Realizar selecciones de los mejores momentos tanto de las grabaciones de audio como de vídeo. Realizar selección del material, limpiar y titular. Realizar selección de fotos, audios y vídeos.
- Realizar montaje para su difusión: hay que difundir aquello que tengamos preparado para su distribución al público
- Enviar a los medios los resultados: crónicas, grabaciones de audio y vídeo, minutajes y selección de fotografías.

### **A modo de conclusión**

La ponencia presentada no ha pretendido ser otra cosa que la explicación del trabajo desarrollado por la asamblea de Plaza Dalí 15M y de su comisión de comunicación, en algo más de un año de existencia. Se ha pretendido que reflejase el trabajo de la asamblea, con sus pormenores, explicando sus tareas, algunas de ellas monótonas, dentro de un espacio que

quiere ser abierto, participativo y transformador, tanto en lo individual como en lo social.

A mi entender, el 15M como sus asambleas no pretenden ser un “nuevo” movimiento más que a la hora de reclamar la atención y llamar a la participación, sino que recoge las experiencias, intereses y luchas de los “movimientos sociales”, con el objetivo de realzar su debate y buscar en común procedimientos que hiciesen posible un cambio social en un sentido “emancipador”, que desentumeciese a las gentes de su apatía política y social.

Yo creo, que tanto para mí, como para el resto de compañeras y compañeros que hemos participado en las acciones y en el desarrollo de las asambleas, ha sido una experiencia muy alentadora de participación política, ilusionante, aunque tantas veces frustrante ante una realidad social, económica, ecológica y política que no deja de empeorar, siendo los cambios, cuando los hay, muy lentos o a largo plazo, lo que hace que la lucha por vencer el desánimo ha de ser vencida primeramente en nosotros mismos. En esa tarea, de reponer fuerzas, es donde entra el humor y la ironía, y también las expresiones artísticas, que nos ha acompañado desde el principio del movimiento, ya sea en carteles, lemas como el de “no hay pan para tantos chorizos” o mensajes en las redes sociales.

Por último señalar que en este movimiento han tenido cabida gentes de distintas expresiones ideológicas, sindicales e incluso políticas, con especial relevancia de aquellas organizaciones y movimientos sociales que venían reclamando la concientización social sobre graves injusticias sociales existente dentro de nuestra sociedad y a nivel global, de las que había que tomar conciencia sin pretender establecer con ellas una especie de visión global o sistémica, sino concibiéndolas en su articulación, interdependencia y especificidad.

## BIBLIOGRAFÍA SOBRE LA ASAMBLEA Y PROYECTOS DE COMUNICACIÓN AFINES:

- Cabezas, Almudena. "Asamblea Popular del 15M en Plaza Dalí: trabajamos en la Plaza de El Corte Inglés, trabajamos en los intersticios", *Teknokultura*, Vol 8, No 2 (2011), <http://teknokultura.net/index.php/tk/article/download/16/pdf>
- Santaaulalia, Inés. "El legado de los indignados", *El País*, 16/10/11 [http://elpais.com/diario/2011/10/16/madrid/1318764254\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/10/16/madrid/1318764254_850215.html)
- Entrevista a Virginia Mejias, integrante de la asamblea, sobre las actividades del 12M15M, periódico *Qué*, Video: <http://www.que.es/ultimas-noticias/espana/videos/aniversario-asamblea-205315.html>, Noticia de prensa: <http://www.que.es/ultimas-noticias/espana/201205102152-asambleas-barrio-aniversario-indignacion-global-cont.html>
- Artículos y noticias sobre la asamblea en Zona Retiro, periódico gratuito del distrito <http://zonaretiro.com/?s=asamblea+popular+plaza+dali>
- Machín Álvarez, Alejandra. "Think global, act local: neighborhood and town assemblies", en *From Cairo to Wall Street : voices from the global spring*, editado por Anya Schiffrin and Eamon Kircher-Allen, coordinado por Jeffrey D. Sachs e introducción de Joseph E. Stiglitz.
- Martín Valenzuela, Jonay. "A social awakening: history of the protests against evictions", en *From Cairo to Wall Street : voices from the global spring*, editado por Anya Schiffrin and Eamon Kircher-Allen, coordinado por Jeffrey D. Sachs e introducción de Joseph E. Stiglitz.
- Paula Perez-Cossio. Proyecto de documental "Stop! Rodando el cambio". Proyecto para ir narrando el cambio hacia modelos de vida alternativa al capitalismo, con la autogestión y el respeto al planeta como principios. <http://rodandoelcambio.com/>
- Paula Guerra, periodista en *Crónica Popular*. <http://www.cronicapopular.es/>
- Proyecto de comunicación via facebook *El megáfono*, Paulino y otros, <http://www.facebook.com/pages/El-megáfono/>
- *Zona Retiro*, artículos de miembros de la Asociación de Vecinos de Plaza Dalí sobre la política local en el Distrito con colaboración de miembros de la asamblea <http://zonaretiro.com/?s=Asociaci%C3%B3n+de+Vecinos+Plaza+Dal%C3%AD>
- Tomalatele, proyecto audiovisual del 15M, <http://www.tomalatele.tv/web/>, la asamblea está implicada como "publicador". Compañeros de la asamblea vecina, como Lolo, en su organización y en producciones.
- MediaLab, compañeros como Fede están implicados en dicho proyecto, así como en las redes comunitarias Wifi.net
- Libre Pensamiento nº 71 (especial 15M) Artículo "La poesía alegre de l@s indignad@s: creación de barrio" y entrevistas realizadas por Dioni Cortes y Paloma Monleón. Número coordinado por Paloma Monleón.
- "El 15-M en Málaga desde las gentes de Zambra", prólogo de Paloma Monleón.
- "La gran cuestión: la desglobalización", J. Verstryngue, M. Monereo, M. Candel, S. López Arnal, A. Santamaría y M. Riera, *Rebelión*, <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=133195>
- Conferencia donde Carlos Taibo sobre los elementos vertebradores del 15M, <http://plazadali15m.net/blog/conferencia-donde-carlos-taibo-sobre-los-elementos-vertebradores-del-15m/>
- "Jornadas en Madrid: El 15M y el arte", Tercera Información, 11/11/2011, intervienen Paula Lorén y Celia Pérez Sanz (del movimiento15M, AP Plaza Dalí) <http://www.tercerainformacion.es/spip.php?article30517>
- Mesa Redonda "15M y El Arte", 3 En Suma, en el CAUM, Madrid, 12/11/2011, 96 min <http://www.youtube.com/watch?v=ZEcRe93FaVg>
- Paula Guerra, *Crónica Popular*, "El 15M un año después. Mucho más que consignas y pancartas", 16/5/2012 <http://www.cronicapopular.es/2012/05/el-15m-un-ano-despues-mucho-mas-que-consignas-y-pancartas>
- Rivero Jiménez, Borja; Allen-Perkins Avendaño; Jesús Márquez Neila, "Etnografía del movimiento15M en la Ciudad de Cáceres", Monográfico: etnografías de la indignación. Pag.113-137. Revista de Antropología experimental, nº13, 2013. Universidad de Jaén, España.



**ANEXOS****ANEXO I. Material sobre las Jornadas de la Cárcel de Mujeres de Ventas**

- K) Jornadas Cárcel de Mujeres de Ventas en la Web de la Asamblea Popular de Plaza Dalí – Barrio Salamanca, *compendium* general de información sobre las jornadas y material audiovisual disponible <http://plazadali15m.net/blog/carcelmujeres/>
- L) Jornadas Cárcel de Mujeres de Ventas en N-1 [https://n-1.cc/mod/threaded\\_forums/topicposts.php?topic=1188575&group\\_guid=316880](https://n-1.cc/mod/threaded_forums/topicposts.php?topic=1188575&group_guid=316880)

**Viernes 9-3-2012**

- Audio Mesa Viernes 9-3-2012  
[http://www.archive.org/details/Mesa\\_Jornadas\\_PlazaDali15m\\_Carcel\\_Mujeres\\_Ventas\\_Viernes\\_9-3-2012](http://www.archive.org/details/Mesa_Jornadas_PlazaDali15m_Carcel_Mujeres_Ventas_Viernes_9-3-2012)
- Vídeo de la mesa redonda hasta el turno de preguntas, 9-3-2012:  
<http://vimeo.com/38265065>
- Fotografías de la charla y de la inauguración de la exposición 9-3-2012:  
<https://plus.google.com/photos/100758251788343785566/albums/5719889590748164257>

**Sábado 10-3-2012**

- Audio Mesa Sábado 10-3-2012:  
[http://www.archive.org/details/Mesa\\_Jornadas\\_PlazaDali15m\\_Carcel\\_Mujeres\\_Ventas\\_Sabado\\_10-3-2012](http://www.archive.org/details/Mesa_Jornadas_PlazaDali15m_Carcel_Mujeres_Ventas_Sabado_10-3-2012)
- Vídeo de la mesa redonda con el turno de preguntas, 10-3-2012:  
[http://www.archive.org/details/Video\\_Jornadas\\_Carcel\\_de\\_Ventas\\_y\\_la\\_Memoria\\_de\\_las\\_mujeres\\_presas\\_10\\_3\\_12](http://www.archive.org/details/Video_Jornadas_Carcel_de_Ventas_y_la_Memoria_de_las_mujeres_presas_10_3_12)
- Fotografías de la Mesa Redonda del 10/03/2012 y del Acto de Homenaje:  
<https://plus.google.com/photos/100758251788343785566/albums/5720043625802960465>
- Grabación del acto de homenaje a las mujeres presas en la Cárcel de Ventas (12 minutos):  
[http://youtu.be/JkZG\\_vlIzKQ](http://youtu.be/JkZG_vlIzKQ)
- Discurso leído en ocasión del acto de homenaje a las presas políticas de la cárcel de Ventas:  
<http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/03/discurso-Ventas.pdf>

### Otros materiales

- Fotografía del Mural "Mujeres Libres" realizado en CS Salamanquesa con motivo del 8 de marzo dentro de las Jornadas  
<https://plus.google.com/u/0/photos/100758251788343785566/albums/5720043625802960465/5719899024429330258>
- Fotografía de la placa en homenaje a las mujeres presas políticas instalada el 10-3-2012:  
<https://plus.google.com/u/0/photos/100758251788343785566/albums/5720043625802960465/5719898456200843554>
- Paneles de la exposición sobre la Cárcel de Ventas:  
[http://issuu.com/plazadali15m/docs/paneles\\_expo\\_ventas/1](http://issuu.com/plazadali15m/docs/paneles_expo_ventas/1)

### Materiales para dar publicidad a las Jornadas

- Cuña radiofónica de las jornadas, de la exposición y el homenaje:  
<http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/Cuña-Cárcel-de-Ventas.mp3>
- Spot de vídeo de las jornadas, de la exposición y el homenaje:  
[http://youtu.be/AM\\_IU19HW9M](http://youtu.be/AM_IU19HW9M)
- Difusión de las jornadas en la Web del CS Salamanquesa  
<https://cvsalamanquesa.wordpress.com/2012/03/09/jornadas-de-la-mujer-9-y-10-de-marzo/>

### Material gráfico para la difusión de las jornadas, la exposición y el homenaje:

- Cartel de Exposición Cárcel de Mujeres de Ventas.  
[http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/carcel-ventas-color\\_w.jpg](http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/carcel-ventas-color_w.jpg)
- Cartel color de las Jornadas del Día de la Mujer Trabajadora. La Cárcel de Ventas y la Memoria de las mujeres presas.  
[http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/Jornadas-COLOR\\_w.jpg](http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/Jornadas-COLOR_w.jpg)
- Díptico exterior color Jornadas del Día de la Mujer Trabajadora. La Cárcel de Ventas y la Memoria de las mujeres presas.  
[http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/D%C3%ADptico-Exterior\\_w.jpg](http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/D%C3%ADptico-Exterior_w.jpg)
- Díptico interior Color Jornadas del Día de la Mujer Trabajadora: La Cárcel de Ventas y la Memoria de las mujeres presas.  
[http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/Diptico-Interior\\_w.jpg](http://plazadali15m.net/blog/wp-content/uploads/2012/02/Diptico-Interior_w.jpg)

**Repercusión en los medios:**

- Radio ELA (*Emisora Libre Autogestionada*) 100.0 FM Madrid - [www.radioela.org](http://www.radioela.org)  
La Casa Incendiada (miércoles 7-3-12, 20:00). La Comuna , jornadas mujeres cárcel de ventas y 30 años de oscuridad. Breve intervención anunciando el evento de Darío Barboza.  
<http://www.radioela.org/spip.php?article389>  
<http://www.archive.org/download/LaCasaIncendiada7mar12.AsociacionLaComunaJornadaMujerCarcelDe/LaCasaIncendiada7mar12.mp3>

- *Crónica Popular*. Artículo: Paula Guerra  
Enlace al artículo: <http://www.cronicapopular.es/2012/03/homenaje-a-las-mujeres-presas-del-franquismo/> Evento: [http://www.cronicapopular.es/ai1ec\\_event/madrid-homenaje-a-las-mujeres-presas-durante-la-represion-del-franquismo/?instance\\_id=](http://www.cronicapopular.es/ai1ec_event/madrid-homenaje-a-las-mujeres-presas-durante-la-represion-del-franquismo/?instance_id=)
- *Radio Vallekas* -Área de Mujer - 107.5FM  
<http://www.radiovallekas.org/spip/spip.php?article1492>

Descargar entrevista a la compañera Paloma de la AP Plaza Dali:

[http://rvk.urcm.net/Audios\\_Web/Jornadas-presas-carcel-D-Ventas.mp3](http://rvk.urcm.net/Audios_Web/Jornadas-presas-carcel-D-Ventas.mp3)

- *Grabación de Comunes*: 8 de marzo de 2012. Especial 8 de marzo. Entrevista con Almudena Cabezas sobre las jornadas sobre la cárcel de mujeres de Ventas.  
[http://ia600801.us.archive.org/8/items/ProgramaRadioComunes08032012/20120308\\_Comunes.mp3](http://ia600801.us.archive.org/8/items/ProgramaRadioComunes08032012/20120308_Comunes.mp3)

- *Nodo 50* - Sábado 24 de marzo de 2012.  
Resumen del primer día de las jornadas:

<http://info.nodo50.org/La-Carcel-de-Ventas-y-la-Memoria.html>

Resumen del segundo día de las jornadas.

<http://info.nodo50.org/La-Carcel-de-Ventas-y-la-Memoria,4551.html>

- *Mujeres en las ondas*. *Radio Enlace* 107.5 FM. Cárcel de mujeres de Ventas, recuperando la memoria histórica. Entrevista con Celia Perez y Darío Barboza.  
<http://re.urcm.net/spip.php?article1869>  
[http://re.urcm.net/archivo/mp3/20120317MujOndas\\_carceldeventas.mp3](http://re.urcm.net/archivo/mp3/20120317MujOndas_carceldeventas.mp3)

- Resumen de comunicaciones Villa de Vallecas 6-marzo-2012  
<http://villadevallecas.tomalosbarrios.net/2012/03/07/resumen-de-comunicaciones-villa-de-vallecas-6-marzo-2012/>

- Boletín informativo de los barrios y pueblos de Madrid, número 15, elaborado por la asamblea de Tetuan  
<http://asamblea-sanlorenzo-escorial.tomalosbarrios.net/?p=2917>

- En *Madrid, este finde q?*  
<http://madridestefindeq.wordpress.com/2012/03/08/jornadas-la-carcel-de-ventas-y-la-memoria-de-las-mujeres-presas/>

- En *Zona Retiro*  
<http://zonaretiro.com/ciudadanos/carcel-ventas-15m-plaza-dali/>
- En *Gaceta Local*, distrito de Salamanca.  
<http://www.gacetaslocales.com/noticia/340/Salamanca/sobre-mujeres-presas-antigua-c%C3%A1rcel-ventas.html>
- En la web de *La Comuna, presxs del franquismo*.  
<http://www.lacomunapresxsdel franquismo.org/2012/03/14/jornadas-del-dia-de-la-mujer-trabajadora-la-carcel-de-ventas-y-la-memoria-de-las-mujeres-presas-9-y-10-de-marzo-de-2012-por-el-dia-de-la-mujer-la-comision-de-igualdad-de-genero-de/>
- En *Vamos a cambiar el mundo*  
<http://vamosacambiarel mundo.org/2012/03/madrid-la-carcel-de-ventas-y-la-memoria-de-las-mujeres-presas-jornadas-en-el-dia-de-la-mujer/>
- En Tortuga, grupo antimilitarista. Resumen de la primera y segunda jornada.  
<http://www.nodo50.org/tortuga/La-Carcel-de-Ventas-y-la-Memoria>
- En la Haine  
<http://www.lahaine.org/index.php?p=60072>
- En Tomalatele  
<http://www.tomalatele.tv/web/?p=473>
- En Memoria Histórica de Cartagena  
<http://www.memoriahistoricacartagena.com/2010/03/madrid-jornadas-del-dia-de-la-mujer.html>
- En Memoria Libertaria  
<http://www.memorialibertaria.org/spip.php?article1652>
- En Foro por la Memoria  
<http://www.foroporlamemoria.info/2012/03/madrid-jornadas-del-dia-de-la-mujer/>
- En el *Rojo y Negro* de CGT  
[http://www.rojoynegro.info/articulo/eje-violeta/jornadas-del-dia-la-mujer-trabajadora-%E2%80%99Cla-carcel-ventas-la-memoria-las-mujeres-?quicktabs\\_6=2](http://www.rojoynegro.info/articulo/eje-violeta/jornadas-del-dia-la-mujer-trabajadora-%E2%80%99Cla-carcel-ventas-la-memoria-las-mujeres-?quicktabs_6=2)
- En *Noticias Positivas* “La revolución será feminista o no será” en el contexto de la celebración del I Encuentro de Feminismos del 15M en Madrid  
<http://www.noticiaspositivas.net/2012/08/16/la-revolucion-sera-feminista-o-no-sera/>

## ANEXO II. Páginas y recursos en Internet de la “Asamblea Popular Barrio Salamanca-Plaza de Dalí”

- Web de la asamblea: <http://plazadali15m.net/>
- Actas de la asamblea: <http://plazadali15m.net/blog/category/actas/>
- Lugar de reunión de la asamblea: Plaza Dalí (antigua Felipe II), junto al dolmen, frente al Palacio de los Deportes de Madrid - Todos los Sábados 11:30 a 14:30 horas. En invierno, debido al frío se busca un lugar protegido. En 2012 se reunió en C/ Bocangel nº2 (sede de la FRAVM). Las comisiones se reúnen en un lugar preferiblemente público y abierto, en general en la misma Plaza Dalí.
- Email: [plazadali.tomalosbarrios@gmail.com](mailto:plazadali.tomalosbarrios@gmail.com)
- Grupo N-1: <https://n-1.cc/pg/groups/316880/asamblea-popular-plaza-dal/>
- Twitter: @PlazaDali15M
- Canal Youtube: <http://www.youtube.com/plazadali15m>
- Fotografías de la asamblea: <https://plus.google.com/u/0/photos/100758251788343785566/albums>
- Fotografías de la asamblea: <http://www.flickr.com/photos/plazadali15m/>
- Grupo Facebook (no oficial) "Madrid Tomalosbarrios – Asamblea Popular Barrio Salamanca": <http://www.facebook.com/groups/132164700194643/>
- Grupo Google
- [Grupo Washap](#)

### La Flashmob 15M Airlines, propuesta de acción para todo Madrid para difundir el 12M15M:

- Flashmob 15M Airlines Aeropuerto Internacional de Madrid 12M15M <http://youtu.be/5VS7tMXREmY>
- Flashmob 15M, un modelo para armar (instrucciones) 12-5-2012 <http://plazadali15m.net/blog/flashmob-contra-el-robo-de-la-crisis-15m-lineas-aereas/>
- Flashmob 15M, Aterrizas como puedas. Asamblea 15M Malaga [http://www.youtube.com/watch?v=aRvkix-hgus&feature=share&list=UUja5T7U\\_eGmxQd4pGVQ8WTQ](http://www.youtube.com/watch?v=aRvkix-hgus&feature=share&list=UUja5T7U_eGmxQd4pGVQ8WTQ)
- Performance de l'Asamblea de Les Corts del moviment 15M el 28-12-2011. "Hostesses al metro". <http://youtu.be/pfCCPMQrJm4>
- Web de Memetro: <http://www.memetro.net/>

### El taller de creación de materiales “Hazlo tú mismo”:

- Vídeo del Taller de creación de materiales: <http://youtu.be/cx8SkQvSR38>
- Fotos del Taller <https://n-1.cc/pg/photos/album/788116/resultados-del-taller-de-manualidades-24-sept>
- Logo y stencil (plantillas) para taller de Infraestructura de Materiales “Hazlo tú mismo” (camisetas,...): <https://n-1.cc/pg/file/read/788221/logo-y-stencil-plantillas-para-taller-de-infraestructura-de-materiales>

- I Taller de creación de materiales, convocatoria 24/09/11: [https://n-1.cc/pg/event\\_calendar/view/781475](https://n-1.cc/pg/event_calendar/view/781475)
- II Taller de Materiales 12/10/11, con clase de expresión corporal.

### **Campaña por el Consumo responsable (navidades 2011) y contra la “libertad” de horarios comerciales:**

<http://plazadali15m.net/blog/comisiones/comunicacion-infra/consumo-responsable/>

### **Participación y publicaciones en el Periódico Madrid 15M<sup>132</sup>**

- Entrevistas para el reportaje "El 15M, visto por algunos de sus protagonistas", páginas 14-15, en el número 3 del periódico mensual *Madrid 15M*, el periódico de las asambleas de Madrid, del que la AP de Plaza Dalí - Barrio Salamanca es partícipe: [http://madrid15m.org/publicaciones/madrid15m\\_n\\_3.pdf](http://madrid15m.org/publicaciones/madrid15m_n_3.pdf) Se realizaron en ocasión del primer aniversario del 15M. Reproducimos aquí de forma íntegra las correspondientes a nuestra asamblea: <http://plazadali15m.net/blog/entrevistas-periodico15m/>

### **Asamblea Popular Plaza Dalí 15M y CS Salamanquesa**

- M) Web de <http://csvsalamanquesa.wordpress.com/>, twitter: @cs\_salamanquesa, [cs.salamanquesa@gmail.com](mailto:cs.salamanquesa@gmail.com), Callejón del Peyré s/n.
- N) Manifiesto Centro Social Salamanquesa: <http://csvsalamanquesa.wordpress.com/2011/12/28/centro-social-y-vecinal-samanquesa/>
- O) Comunicado y acción de protesta de La Salamanquesa ante el desalojo 5/6/2012 <http://csvsalamanquesa.wordpress.com/2012/06/05/la-salamanquesa-una-nueva-etapa/>
- P) Comunicado de la AP Plaza Dalí sobre el desalojo CS Salamanquesa, 25-5-2012, <http://plazadali15m.net/blog/comunicadosobresalamanquesa/>
- Q) Comunicado Asamblea Popular Plaza Dalí 15M, 31/12/2011, <http://plazadali15m.net/blog/comunicado-asamblea-popular-plaza-dali-15m-31122011/>
- R) Vídeo publicitando la Semana de Circo : <http://www.youtube.com/watch?v=5Eg1LEnyg38>

<sup>132</sup> M15m 0: colaboramos pidiendo bonos y repartiéndolos en el barrio. M15m 1: colaboramos abonándonos a bonos y repartiéndolos en el barrio. Se crea un a lista de unos 50 locales en los que entregar el periódico mensualmente. Desde entonces se va cumpliendo con la tarea de su distribución. Bonos en conjunto con Salamanquesa, que es nuestro punto de recogida. M15m 1: *Paseo de Extremadura y barrio de Salamanca Nuevos centros sociales: L.A. Hormigonera y La Salamanquesa*, pag. 3. M15m 1: *Jornadas del Día de la Mujer Trabajadora*, pag. 7. M15m 2: Toma la Huelga, pag.3 Inclusión de fotografía de nuestra pancarta. M15m 2: figuramos por 1a vez como asamblea que ha consensuado el periódico, pag. 16. M15m 3: participamos en la asamblea de decisión de contenidos y aspectos generales del periódico. M15m 3: El 15M, visto por algunos de sus protagonistas, pag.14-15. M15m 5: Colaboramos con la creación de un faldón publicitario en gráfica (en portada).

## Las radios comunitarias en la activación del tejido barrial en las periferias urbanas.

### Una mirada desde la experiencia latinoamericana

Marta González<sup>133</sup>

“Las políticas plebeyas no suelen tener asegurada la visibilidad, sin impermanentes a los ojos del arriba, porque los focos de los grandes medios no suelen enfocarla y los intelectuales sólo se ocupan de ellas cuando logran impactar en el terreno grande.

El resto del tiempo los de abajo simplemente viven, o sea resisten en sus propios espacios lejos del ruido de arriba. Sin embargo esta nueva realidad que viven nuestros pueblos ha sido construida allí abajo...”

Raúl Zibechi (2008, 129)

El estudio de las radios comunitarias en la región latinoamericana ha sido un objeto de investigación desde diversos puntos de vista en el ámbito académico, tanto desde lo legislativo, lo cultural, como desde teoría de la comunicación y el desarrollo, entre otros. El objeto de este trabajo es abordar el estudio de las radios comunitarias como sujeto colectivo que trabaja desde abajo, en las periferias urbanas a través de los resultados obtenidos tras la investigación sobre las radios comunitarias en Montevideo, donde existe además una legislación nacional que las ampara<sup>134</sup>, y en el marco de América Latina donde la tradición de radios comunitarias está más arraigada. En estas líneas trataré de exponer no tanto los resultados concretos de la experiencia montevideana, sino aquellos factores esenciales que puedan servir para contextualizar y comprender las radios comunitarias como actores sociales

<sup>133</sup> Periodista y magister en estudios latinoamericanos por la Universidad Complutense con una tesis sobre las radios comunitarias en la periferia urbana de Montevideo.

<sup>134</sup> La Ley 18232 aprobada en 2007 reserva un tercio del espectro radioeléctrico a las radios comunitarias. Clasifica los proyectos, establece prioridades para otorgar frecuencias y características necesarias tales como la independencia política, sin ánimo de lucro, no religiosas; además de la necesidad de incluir un plan de la comunidad, entre otros aspectos. En 2009, la Unidad Reguladora de Servicios de Telecomunicaciones USERC, abrió el primer censo de radios comunitarias, como paso previo al proceso de evaluación. En ese primer proceso, el 80% de las propuestas fueron descartadas, algunas por no estar emitiendo y otras porque el Consejo evaluó que tenían carácter comercial o religioso. De 400 propuestas, se eligieron 85 para todo el conjunto del país, en un proceso complejo, y actualmente se están evaluando nuevas propuestas. A finales de 2012 en Montevideo estaban censadas 22 radios.

que más allá de la comunicación, participan y dan forma a la activación de la vida barrial con todos los límites y desafíos que ello conlleva.

Esta perspectiva de análisis es una forma de acotar, de identificar una realidad de todo el espectro de experiencias de radios comunitarias en la región, para desde ahí identificar elementos para entender las radios como colectivos que parten de un trabajo e intercambio cotidiano en los espacio donde se desarrollan. Consciente del alcance limitado de las radios comunitarias como competidoras efectivas de los medios masivos, considero que su existencia está de más justificada por el trabajo que desarrollan desde ámbitos diversos, especialmente en las comunidades donde se establecen. Las radios que operan y tienen su razón de ser en las periferias de las grandes urbes latinoamericanas se constituyen como actores sociales donde coexisten junto con otras organizaciones e instituciones en lugares donde los servicios básicos a veces flaquean, pero donde también existen redes colectivas afianzadas y otras que se pueden perfilar.

#### LA REGIÓN LATINOAMERICANA. UN COLECTIVO EN MOVIMIENTO

El movimiento de radios comunitarias en la región latinoamericana tiene un amplio recorrido desde su origen en los años cuarenta en Bolivia con las radios sindicales y Colombia con un corte más religioso. Desde entonces los proyectos se multiplicaron y diversificaron en función de los espacios donde se desarrollaban y el contexto social y político, lo que ha convertido a la región Latinoamericana en un referente de estudio en esta materia a nivel mundial. Como señala Gumiccio: “América Latina lleva varias décadas de ventaja al resto de las regiones desde el punto de vista de las experiencias de comunicación participativa y popular (2001,9)”. En ese sentido existe una extensa bibliografía al respecto sobre su historia y teorización que ha servido de marco para el análisis de estas experiencias en otros lugares<sup>135</sup>.

Junto a diversas experiencias de radios de resistencias en los periodos de dictadura en los setenta y ochenta, con énfasis en las radios nicaragüenses, se dio también un proceso de fortalecimiento de las experiencias en las periferias urbanas y los sectores populares, que

---

<sup>135</sup> Entre los muchos autores y autoras que han trabajado el recorrido de las radios comunitarias en la región se pueden mencionar a Girard (2002), Gumiccio (2001), Villamayor y Lamas (1998) Kaplun (2007) y Peppino, (1999). Además de ello, existen trabajos específicos en los diferentes países, como el de Kejval en Argentina (2009), o Yáñez (2004) en Chile y el libro de Aguerre y Gómez (2009), que elabora una síntesis desde el punto de vista de la legislación en materia de radios comunitarias con estudios de caso en varios países de la región.



fueron el germen de lo que hoy existe en los conos urbanos<sup>136</sup>. En la actualidad, diversos colectivos, de naturaleza distinta, trabajan desde las radios comunitarias no sólo como medios de comunicación, sino con el objetivo transversal de generar un tejido social diferente, con relaciones basadas en la horizontalidad, en búsqueda del respecto a la diversidad, a la generación de pensamientos alternativos y desde abajo. El panorama mediático latinoamericano se puede estudiar desde la lógica de los medios masivos de comunicación, donde existe una mayor concentración de medios en grandes conglomerados y oligopolios empresariales que responden a los procesos actuales de homogeneización cultural. Este dominio marca normalmente pautas de conducta exógenas, lo que afecta directamente a las subjetividades colectivas y a valores impuestos desde fuera y asumidos a través de unas redes de medios vinculados a poderes políticos y económicos desde arriba. Lo popular queda relegado de este modo a una exposición folklórica de la cultura o a expresiones estigmatizadas relacionadas con las imágenes de grupos marginados y “peligrosos”, sin tener espacio la esencia y modos de vida de estos grupos en los medios generalistas<sup>137</sup>. De otro lado, en la región también se da con más fuerza en otros lugares del globo, un importante proceso de acumulación de experiencias en la comunicación comunitaria y popular, incluso en un contexto hostil para las organizaciones populares, y en concreto los colectivos de radios, que han de adaptarse a los cambios en el terreno de las tecnologías y los medios de comunicación.

En los años ochenta y especialmente en la década del noventa, comenzaron a desarrollarse en las periferias de las grandes ciudades, con un foco importante en Buenos Aires y Santiago, unos proyectos de radios comunitarias en contextos concretos y diferentes a las radios sindicales, indígenas o religiosas que fueron germen del movimiento. En un recorrido paralelo a Buenos Aires, en menor cantidad y de menor tamaño, las radios en Montevideo, nacen con los movimientos antisistémicos de finales de los noventa, y con el regreso a la mirada barrial y de espacios locales ante unas políticas de exclusión hacia sectores populares, y

---

<sup>136</sup>El documental *Distorsión Armónica*, de 2009, es un buen ejemplo de diferentes experiencias en la región y ofrece además un recorrido a través de la voz de los comunicadores populares, lo que sirva además para situar el contexto actual, con multitud de experiencias de diversa naturaleza, pero donde la radio se observa como un instrumento de los sectores populares para narrarse desde otros puntos de vista. “Distorsión Armónica es un documental que cuenta la experiencia de 12 radios comunitarias, ciudadanas y alternativas de Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay. Radios que expresan la diversidad de proyectos del movimiento de radios comunitarias de la región: radios urbanas y rurales; radios motorizadas por diversos-actores sociales (jóvenes, mujeres, campesinos/as, indígenas, internos de un neuropsiquiátrico); radios fundadas recientemente y con muchos años de historia, radios que priorizan diversas temáticas desde sus agendas”(Disponible en Internet en <http://archive.org/details/DistorsionArmonica>).

<sup>137</sup> Un estudio actual sobre las leyes de medios y la concentración se encuentra en Moraes de, Dênis (2011) *La cruzada de los medios en América Latina” Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Paidós y otro menos actualizado en Aguerre y Gómez (2009)

en una coyuntura de profunda crisis económica y social que afectó a todas las esferas de la vida cotidiana. Es así que, como afirman Villamayor y Lamas:

“De la mano de movimientos sociales en auge, junto a los procesos de recuperación de las democracias institucionales en la mayoría de los países de ALC, surgieron emisoras que propusieron un nuevo tipo de comunicación: dar voz pública a las mayorías excluidas del sistema político, económico y de medios. Estas nuevas experiencias crecieron asociadas a lo comunitario como concepto y con la intención de abrir sus espacios a las distintas comunidades que le dieron vida. Fruto de una gran diversidad las programaciones de estas emisoras se nutrieron de organizaciones ciudadanas, de derechos humanos, de jóvenes, mujeres, trabajadores, desocupados, inmigrantes y homosexuales (1998, 164)<sup>138</sup>”.

Son colectivos con una clara impronta territorial y un carácter de movimiento popular con matices respecto al movimiento clásico obrero, con una propuesta menos jerarquizada y con una mirada comunitaria y de solidaridad mutua al interior de los barrios. Como apunta Delamata: “La masificación del desempleo y el empleo precario, entrada la década de los noventa, constituyó junto con el retiro de la acción colectiva de las organizaciones sociales y políticas uno de los motores más potentes del repliegue de los sectores afectados económicamente y desafectados de sus canales de participación tradicionales hacia sus entornos más próximos(2005, 8)”.

Se trata entonces de actores que, más allá del hecho comunicativo, buscan la afirmación y activación de lazos barriales, pues como sostiene Mata, “los medios comunitarios han de asumirse y reconocerse como actores sociales pues sino estamos negando la posibilidad de construir verdaderas alternativas política plurales, fundadas en el reconocimiento de las diferencias y negamos o encubrimos el riesgo de la confrontación, del desacuerdo, del carácter político y no meramente profesional o técnico de nuestras intervenciones”( 2011,29).

---

<sup>138</sup> Los autores relatan con especial énfasis el contexto de los noventa a nivel general en la región y el contexto de nacimiento de las radios comunitarias en ese marco de recuperación de los espacios para la ciudadanía y la democracia de la mano de una concepción de los movimientos sociales que no estaba relacionada con el alcance del poder, sino con la recuperación de los espacios públicos y de lo colectivo y comunitario, siendo los medios referentes para las comunidades y denunciar los hechos que acontecían.

En la región latinoamericana comenzaron a surgir, ya en los setenta, asociaciones nacionales y coordinadoras de radios comunitarias, redes amplias que funcionan para compartir contenidos, programas, aprender juntos y generar redes más allá de los territorios donde se circunscriben. Es uno de los grandes retos de las radios comunitarias en la actualidad, para no quedar como reductos aislados, y generar confluencias estables. En ese sentido, la labor de diversos colectivos regionales, a modo de conexión de experiencias, resulta un factor importante a tener en cuenta. En 1972 nació en Argentina ALER, que trató de alejarse de la idea evangelizadora con la que nacieron algunos colectivos en ese periodo y que hoy día constituye una de las asociaciones de radios comunitarias más importantes. En 1986 se fundó la Asociación de Radios Comunitarias (ARCO), y desde entonces se fueron generando diversos espacios de visibilización de experiencias. Por otro lado la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, fundó la sección de América Latina y el Caribe (AMARC ALC) en 1990. Desde entonces son numerosos los proyectos adheridos, con mesas nacionales en la mayoría de países de la región. Esta asociación ha trabajado en la conceptualización de las radios comunitarias y en talleres de formación tanto a través de las delegaciones nacionales como al nivel regional.

Pero además de estas redes, desde los sectores populares de las radios comunitarias, se han generado otras interconexiones, la red de los Movimientos Sociales hacia el ALBA<sup>139</sup>, tiene un apartado importante de medios comunitarios y alternativos, y considera a los mismos como movimientos desde abajo en una estrategia regional. Por otro lado Radio La Tribu en Argentina, ha sido una experiencia inspiradora en este análisis sobre las radios comunitarias, pues mantiene la visión de proyectos comunicacionales desde una perspectiva amplia de las radios con la red Viva La Radio<sup>140</sup>.

#### **UN PROYECTO COMUNITARIO. LA IMPRONTA BARRIAL**

No hay una nomenclatura específica para definir a la multitud de proyectos que están detrás de las llamadas radios comunitarias, alternativas, populares y en algunos casos piratas. ¿Cómo se definen los proyectos desde dentro?, ¿qué elementos comparten?, ¿qué elementos las distinguen? Lo cierto es que a nivel local y de la comunidad, las radios se muestran, o al menos eso es lo que pretenden, como los medios de comunicación de la comunidad, descentralizando

<sup>139</sup> Información disponible [www.movimientos.org/albasi](http://www.movimientos.org/albasi)

<sup>140</sup> Se definen como un proyecto cuyo objetivo es compartir materiales útiles para la gestión integral de proyectos de comunicación comunitaria. Es un trabajo colectivo que busca generar conocimiento y redes entre las diversas experiencias, para analizar y reformular estrategias de supervivencia, crecimiento y aprendizaje. Información disponible en <http://www.vivalaradio.org/>

de alguna manera el sistema de medios y llegando a lugares donde otros medios no llegan. Hubo un momento en que la radio era el único medio presente en las comunidades aisladas o lejanas a los centros urbanos, pero en la actualidad la realidad ha cambiado en cuanto al uso de los medios y (o con) la extensión de Internet, pero igualmente la radio tiene unas características propias en tanto parte de la comunidad y de la organización social en espacios más reducidos que merece la pena poner en valor.

Como se señala en el Informe Anual de Derechos Humanos del 2002 en un capítulo especial denominado “*El ejercicio de la libertad de expresión por medios de comunicación comunitarios*”<sup>5</sup>:

“Las radios llamadas comunitarias, educativas, participativas, rurales, insurgentes, interactivas, alternativas y ciudadanas son, en muchos casos, y cuando actúan en el marco de la legalidad, las que ocupan los espacios que dejan los medios masivos; se erigen como medios que canalizan la expresión donde los integrantes del sector pobre suele tener mayores oportunidades de acceso y participación en relación a las posibilidades que pudieran tener en los medios tradicionales (...) La necesidad creciente de expresión de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho de comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información hace imperante la necesidad de buscar bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo (IADH, 2002, art. 39)”.

Las radios comunitarias no tienen fines lucrativos y se caracterizan por una gestión y toma de decisiones horizontal, siendo su intención movilizar la sociedad en la que se insertan. Como se observa, la caracterización como alternativas, en contra de la homogeneización cultural, comunitarias y participativas, junto a la organización horizontal y la ausencia de ánimo de lucro, son aspectos que comparten las radios comunitarias y que ameritan detenerse en ellos.

### **i) El proyecto alternativo y comunitario**

Si se establece la palabra alternativo, se parte de una noción de oposición a lo establecido en el contexto de comunicación, pero también se refiere a que se trata de organizaciones populares de oposición a las relaciones jerarquizadas y desde arriba y la dominación ejercida desde los centros de poder. Con respecto a esta idea, la comunicación alternativa es resultado de un proceso social *alternativo*, que difiere en forma, función y contenido al proceso social

propuesto por el sistema dominante, generalmente guiado por la relación del gobierno y los medios de comunicación tradicionales (Corrales y Hernandez, 2009). Estas autoras califican a los medios alternativos como aquellos que invitan a la movilización social, cuyo objetivo es impulsar la concienciación social y generar la retroalimentación entre el medio y la audiencia de manera continua; con una organización más democrática y horizontal; y una importante participación de los receptores del mensaje, que se convierten así en emisores, entre los aspectos más destacados<sup>141</sup>. Las radios comunitaria se enmarcan dentro del llamado Tercer Sector (las otras serían las comerciales y las públicas), que pertenecen a grupos privados e instituciones sociales, que realizan una labor no rentada. Como explican Villamayor y Lamas (1998), son precisamente las organizaciones del Tercer Sector las que introducen una lógica que no es ni la del Estado ni la del mercado y está cercana a las necesidades, derechos y también obligaciones de los diferentes grupos que conforman la sociedad civil.

Como señala Aguirre “la radio es pieza de partida así como de llegada para culturas más democráticas e inclusivas, donde los hombres y las mujeres, las identidades culturales, las diversidades generacionales, las de capacidades físicas distintas y otras, puedan demandar desde el uso de la palabra su derecho a la comunicación que los separa de su condición de destinatarios de contenidos para edificarlos como ciudadanos y actores de la emisión de sus propias ideas (2004, 2)”.

Es así que las radios comunitarias demandan unas nuevas formas de ciudadanía, llamando a la apropiación de los medios por parte de la comunidad, y a la unión de fuerzas desde lo colectivo para la consecución de objetivos comunes; no se trata así de hacer solo comunicación sino que en las formas propias de organización y gestión de los medios, se traslucen otras formas de entender el movimiento colectivo desde el barrio, pensando la comunicación como un derecho colectivo de todos y todas.

El énfasis en la comunidad y en el rol de los sectores populares es un eje que define los proyectos de estas radios. Si bien en el marco de los estudios de comunicación alternativa, existen visiones y escalas que trascienden la fronteras, a lo que se une el papel de Internet para generar redes transnacionales, un hecho que caracteriza estas radios, como ya se apuntó, es que “la construcción identitaria está puesta en esa dimensión de la subjetividad - y la producción de significaciones en la que somos un *nos* que es pensar la *comunidad*.” (Área de

---

<sup>141</sup> Las autoras hacen un recorrido teórico sobre la comunicación alternativa en general en el marco de la lucha contra el neoliberalismo. Cabe destacar su aproximación conceptual a la idea de medios alternativos de comunicación. Si bien por una cuestión de espacio, este trabajo se centra en las radios, es necesario mencionar estos otros estudios acerca de los procesos de comunicación alternativos en general donde se enmarcan.

comunicación comunitaria, 2011: 11). Esta idea enlaza con el trabajo local y de identidades compartidas pensadas desde los sectores populares. Lo comunitario aparece como una forma de fortalecer el campo social, con una importancia mayor de la dimensión subjetiva y de las identidades en los procesos emancipatorios (Santos, 1998). Entonces el interés por los sectores populares y el vínculo más o menos directo con sus organizaciones representativas es así una característica fundamental para entender las radios comunitarias.

Lo cierto es que la comunidad no aparece siempre reflejada en los contenidos de las radios, e incluso existe en algunos casos una cierta desvinculación con el barrio que ocupan, un proceso que en la actualidad se ha acentuado por un descenso de la vida colectiva y barrial en términos generales. Este parece ser uno de los grandes desafíos de las radios comunitarias, que pude constatar durante mi trabajo de investigación y que se relaciona con los debates actuales en torno al futuro de los proyectos comunitarios.

## ii) Participativo

Cualquier estudio sobre radios comunitarias establece la participación de la comunidad de referencia como un aspecto esencial muy relacionado con la forma de entender las relaciones en horizontal, donde los receptores son parte del proceso comunicativo y social. Como señala Yañez, es “un espacio donde se construye una relación de intercambio entre sujetos, entre los emisores y los destinatarios” (2004, 4). Es decir, no sólo la de ser medio de información, servicio público, sino aquel espacio donde también concurren las interpretaciones que los emisores/productores/as hacen de su entorno, de su país, del mundo. En medio de múltiples emisoras, aparece una emisora “mía”, aquella que interpela unas formas de ser, que aún habla desde un lugar, cercana, donde los códigos que se comparten, necesariamente tiene que ver con una vida que también se desagrega/desmarca de la vida representada desde y por “los grandes medios”.

Las radios comunitarias generan entonces espacios de participación, más allá de los programas, tales como centros sociales, bibliotecas populares, organización de fiestas y conciertos, presencia en retransmisiones varias, etc. Uno de los análisis esenciales en esta materia es que el adjetivo participativo figura en el discurso de todas las radios si bien es necesario examinar los modos de gestión y estrategias de inserción real de la comunidad en los colectivos para comprender el sentido de la participación en las radios. La mayoría de emisoras, tratan de constituirse como espacios con niveles de autonomía suficientes para

poder funcionar sin dependencias externas y generar lugares comunes de convivencia. Es muy importante para las radios comunitarias generar espacios visibles en los barrios donde están insertas. Hay veces que por los propios problemas de frecuencia y técnicos no existe una salida al aire óptima; pero en los espacios de encuentro y de intercambio es realmente donde se generan espacios comunicativos alternativos. El hecho de que una madre de un chico del barrio de acerque a la radio para pedir ayuda; que cuando pregunto en el barrio si conocen la radio todos sepan indicarme dónde está, al margen de que luego no la escuchen; que las personas que hacen los programas se queden charlando con los compañeros; que compartan experiencias; que en las reuniones aparezcan los hijos de las personas que están allí porque son horarios complicados y que los demás compañeros los conozcan..., son ejemplos que hacen de la labor de una radio comunitaria algo más importante que la propia comunicación.

### iii) Horizontalidad y autogestión

Los movimientos de radios se presentan como organizaciones alternativas, y en ese sentido, desde su propia toma de decisiones, organización y sustentabilidad tratan de desmarcarse de los procesos del poder y jerarquizados, con lo que la horizontalidad en la formación y toma de decisiones aparece como una característica fundamental. Los medios alternativos parten de las bases y tienen estructuras, o al menos así las plantean, donde los papeles de cada participante no están jerarquizados. Esta toma de decisiones en la asamblea y mediante el consenso, si bien es una forma enriquecedora de nutrir el movimiento popular, es uno de los grandes retos que enfrentan, ya que supone una labor importante de organización y de establecer prioridades en cuanto a lo temas que se abordan. La práctica asamblearia ralentiza en algunos momentos la toma de decisiones, pero que finalmente lo que se persigue es que el grupo se sienta parte del proyecto en todo su proceso, existen liderazgos naturales y personas menos participativas; pero el hecho de que no sean grupos muy numerosos, y que apuestan por esta organización desde sus inicios ayuda a que se vaya aprendiendo de los errores y se puedan generar espacios de participación donde la apertura y el consenso primen sobre la imposición de ideas y criterios de una determinada persona. Pero a la vez se genera el problema de pensar en estas formas de organización en niveles más amplios, donde la coordinación y la toma de decisiones se hacen más complicadas

También el factor tiempo y la organización de reuniones en el marco del trabajo voluntario suponen un reto importante para llevar a la práctica un funcionamiento fluido<sup>142</sup>, no hay que perder de vista que se trata de colectivos que trabajan de forma autónoma, que las personas que nos componen tienen horarios y jornadas laborales amplias, que han de compaginar con la puesta en marcha de un proyecto comprometido que no siempre es sencillo coordinar. En el entorno de las radios comunitarias, como en otras organizaciones del sector popular, se observa en la actualidad, una coyuntura de crisis de participación acuciante. Esto se da no solo en el vacío por parte de la participación de la comunidad de referencia, sino que afecta al funcionamiento y lógica del interior de los colectivos radiales, que si bien tienen un discurso firme, en algunos aspectos, ven mermada y limitada su labor por falencias en el trabajo diario. Es una lucha complicada, donde además de los puntos ya mencionados, cada persona implicada que ha de compaginar otras facetas de su vida con la militancia en el colectivo. Una radio exige tiempo, dedicación y la puesta en marcha de contenidos, que además hoy han de renovarse y repensarse para poder generar vínculos más estables, a ello se une que las radios comunitarias, como hemos visto, tienen un papel en tanto organización social lo que exige un plus de dedicación.

Del mismo modo, la autogestión es un aspecto siempre presente en las organizaciones populares y barriales que pretende constituirse como alternativas. Si bien es un camino complejo y difícil, la idea de no perseguir un fin lucrativo es esencial para comprender la existencia de las mismas y su importancia como parte de una organización alternativa. La forma de entidad no lucrativa se relaciona con la búsqueda de sustentabilidad a través de aportes voluntarios y de apoyos a través de comercios o empresas del barrio que compartan el proyecto político y social de los colectivos. Es ésta una tarea compleja que produce un debate continuamente abierto en los colectivos; pues hace más complicado la puesta en marcha de proyectos más elaborados y/o de largo alcance y de largo plazo. De hecho, en momentos en que la participación decae, o el propio trabajo voluntario no es sustentable, se enfrentan a importantes problemas para la continuidad de proyectos.

#### iv) El trabajo en red

---

<sup>142</sup> Sobre las prácticas asamblearias: LORENZO, Ana Rosa y MARTÍNEZ, Miguel (2005) *Asambleas y reuniones. Metodologías de autoorganización*. Madrid: Traficantes de Sueños. 1ª edición 2001. Disponible gratuitamente en [http://www.traficantes.net/index.php/editorial/catalogo/movimiento/asambleas\\_y\\_reuniones\\_metodologias\\_de\\_autoorganizacion](http://www.traficantes.net/index.php/editorial/catalogo/movimiento/asambleas_y_reuniones_metodologias_de_autoorganizacion)



Para que los proyectos trasciendan, es necesario poner en común, escuchar con otros y otras; lo que supone aunar el trabajo local, como eje de la práctica, con una estrategia más amplia. Esta cuestión es planteada por Villamayor y Lamas es la idea de generar redes desde adentro hacia fuera en diferentes niveles, pues afirman que:

“La auto satisfacción con la pequeña experiencia nos limita y no nos proyecta. Se trata de crear redes mediáticas (radios, programas, televisoras, cine-videastas independientes, movimientos culturales, teatro, músicos, escritores, periodistas, productoras, comunicadores sociales, revistas, boletines y periódicos), redes con organizaciones educativas (formales y no formales) como la universidad, las escuelas, los organismos no gubernamentales que trabajan con la educación y la comunicación, redes sociales vinculadas al campo de la salud, a las organizaciones rurales, mineras, de iglesias, redes con programas sociales del Estado con quienes coincidir y consensuar, redes con microempresas (1998, 177)<sup>143</sup>”.

Existe entonces un eje diferenciador con respecto a los proyectos de radios comunitarias y que tiene estrecha vinculación con sus perspectivas y la relación con la comunidad que se pretende. Es importante el diálogo con los otros en las experiencias de comunicación

---

<sup>143</sup>Los autores diferencian: a) el primer círculo tiene que ver con el mayor grado de afinidades y consiste en el intercambio, producción y emisión de información con otras emisoras igualmente comunitarias y ciudadanas; b) un segundo círculo exige trabajar en instancias que exceden lo radiofónico y que atañen a la capacitación, el desarrollo, la educación, la salud, la calidad de vida, la investigación y las relaciones institucionales; c) un tercer nivel en la creación de redes exige generar relaciones con instituciones de diferente tipo, sumarse a la actividad que desarrollan sectores públicos o privados con afinidad a los objetivos político-culturales, comunicacionales o empresarios de la radio. Asimismo, Yañez (2004) distingue también tres dimensiones observadas en esa práctica comunicacional: 1) la radio como animador socio cultural, vinculada a ciertas prácticas organizativas de un territorio; 2) la radio como espacio de formación y desarrollo de opinión pública local, es decir, lugar donde podemos precisar en términos teórico, de la existencia de una cartografía y mapas de la comunicación local donde se distinguen actores, espacios, proyectos, agendas y estrategias comunicacionales; y 3) La radio y su territorialidad, es decir, inserta en unas culturas, donde predominan unos códigos, que manifiestan, de maneras emergentes o cristalizadas, unas identidades.

comunitaria para que no sean reductos aislados en lugares muy concretos, con lo que el conocimiento se reduce a un círculo y la comunidad y el discurso no se amplían a un espectro capaz de generar un pensamiento crítico más allá de sus fronteras. La comunicación comunitaria debe ser un espacio de integración de diferentes grupos. No solo de la misma comunidad sino de personas e instituciones que, situadas en distintos lugares, pueden compartir un mismo horizonte político. En cuanto a la participación de las organizaciones, esta es una de las estrategias desplegadas para fortalecer su presencia en el campo popular, y donde la intención de generar redes se hace más visible. Tanto desde la programación, como en la labor social, todas las radios trabajan en conjunto con otros actores sociales de las áreas donde emiten. Se tejen redes con una multiplicidad de actores y organizaciones con las que las radios tienen intercambios, desde los liceos, a hospitales comunitarios, asociaciones de jubilados, organismos municipales, organizaciones barriales, etcétera; a lo que se unen los proyectos de intercambio de programas con otras radios, tanto a nivel regional como más locales.

#### **CONSIDERACIONES FINALES**

Existen elementos suficientes para entender las radios comunitarias, más allá de como medios de comunicación como organizaciones sociales que trabajan desde las periferias urbanas para la activación del tejido social. Las radios operan desde lugares concretos, estableciendo lazos con las organizaciones del área donde se insertan, partiendo de espacios donde los sectores más desfavorecidos viven y se narran cada día. Son colectivos que apuestan por la generación de vínculos sociales y la recuperación de los espacios colectivos como forma de convivir en sociedad, de forma autónoma, con todas las dificultades y desafíos que esto conlleva. Tanto desde el discurso, como desde la formas de organización y sustentabilidad de los grupos, se busca la autonomía para la construcción de espacios propios.

En este proceso, se observa que el contexto concreto de cada periodo influye en el trabajo de las organizaciones que operan desde el territorio. Si bien el trabajo de análisis profundo estuvo basado en la experiencia montevideana, existen puntos de reflexión extrapolables a las radios comunitarias de las periferias urbanas también en otras urbes. De acuerdo con las diversas lecturas, y el trabajo realizado, existen entonces varias tendencias a tomar en cuenta:

- Hay una falta de participación importante en las organizaciones analizadas, tanto como por falta de miembros en los colectivos, como por presencia en la comunidad de referencia.
- Existen problemas en la organización de redes amplias y estables, lo que afecta en el funcionamiento en colectivo y las capacidades para poder establecer estrategias a más largo plazo.
- La participación estable y mantenida, aunque silenciada, supone en momentos de máxima precariedad, un fuerte impulso para la recuperación y apuesta por lo colectivo, frente a las tendencias actuales hacia el individualismo y los ámbitos de consumo menos relacionados con la vida barrial y el contacto con los vecinos y vecinas.

Si parto del análisis en función del lugar y de la configuración del espacio desde abajo no se pueden perder de vista las problemática actuales que se enfrentan para poder convertir los discursos en praxis. Que los grupos populares de estas periferias urbanas tengan un lugar donde representarse, donde generar subjetividades desde abajo, pasa también por un análisis de los límites que existen para poder así generar realidades alternativas, donde recuperar los lazos barriales y comunitarios, en un escenario donde se está tendiendo precisamente a lo contrario.

En este sentido no hay que olvidar existen límites estructurales para la activación autónoma del tejido social. Desde los propios sistemas educativos imperantes, como los valores dominantes a través de los medios masivos de comunicación y las propias estructuras del poder formal, se tiende a la jerarquización y la toma de decisiones en base a mayorías y no al consenso ni las formas conjuntas de discusión. A esto hay que añadir las realidades concretas de los barrios periféricos, en situaciones de precariedad laboral y sociales complicadas, lo que complica aún más la puesta en marcha de proyectos con cierta estabilidad.

Desde los colectivos se ha de analizar hacia dónde se debe avanzar y cómo se pueden generar espacios consolidados desde el punto de vista de la participación, sin perder de vista las características propias de cada proyecto. Además sería interesante ahondar más en el estudio de las prácticas organizacionales y asamblearias su implementación, así como en las formas de financiación y sustentabilidad, como parte de la gestación del proyecto alternativo.

Es importante tener en cuenta, que las radios comunitarias, al contrario que los medios comerciales, no tienen ni deben tener un fin lucrativo, con lo que implementar estrategias para continuar el proyecto político- social sin perder el rumbo es complicado. No se trata de

contar con muchos programas o de pasar música sin más para completar las horas de programación, sino que la estrategia común pasa por una revisión de los colectivos en su presente, sabiendo que los picos de participación y el contexto influyen y aunar de este modo las capacidades de grupos que llevan años trabajando con formas de poder entender los espacios comunicativos. Es importante contar con espacios sociales en los barrios periféricos, donde hay grupos cada vez más dependientes de políticas públicas básicas, pero donde su rol como sujetos activos y de derechos está desvirtuado.

Y es ahí donde cada una de las radios trabaja a diario, desde su organización, aún con escasa participación, continúan emitiendo, ofreciendo información y programas; y con una labor en conjunto; buscando tiempo para asistir a reuniones, hacer contenidos y participar, cada uno a su modo, en proyectos diversos en el campo popular.

El camino es complejo, es difícil poder establecer una perspectiva de futuro clara para los proyectos de radios comunitarias en la región. Hacia dónde van, cómo se pueden conectar con la sociedad, qué estrategias conjuntas se pueden tomar, cómo estructurar un tejido social a través de un medio que parece no seducir de la misma forma que antes, cómo competir con otros medios y otras formas de ocio o cómo poder realizar programas novedosos, de calidad y a la vez, generar presencia social en un escenario tan complejo. Estos son interrogantes abiertos, expuestos para seguir tejiendo, construyendo, dialogando con los otros y entre los mismos colectivos para continuar una labor que desde años está presente ahí donde otros no llegan.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUERRE, Carolina y GÓMEZ, Gustavo (org.) (2009) *Las mordazas invisibles. Nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión*. AMARC-ALC, Buenos Aires.
- AGUIRRE, José Luis (2004): "El silencio de la radio". Documento de trabajo de AMARC, Disponible en [www.comunica.org/onda-rural/docs/aguirre.doc](http://www.comunica.org/onda-rural/docs/aguirre.doc).
- Área de comunicación comunitaria (comp..) (2009) *Construyendo comunidades. Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*. 1ed. La Crujía Ediciones: Buenos Aires.
- CORRALES GARCIA, Fernanda y HERNÁNDEZ FLORES, Hilda G (2009) "la comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación" [Versión electrónica], *Razón y Palabra* "Relaciones Públicas", Número 70.
- DELAMATA, Gabriela (comp..) (2005): *Ciudadanía y Territorio. Las relaciones políticas de las nuevas identidades sociales*, Buenos Aires, Espacio Editorial.
- GIRARD, Bruce (ed.) (2002) *RadioApasionados. Experiencias de radios comunitarias en el mundo*. Fundación Comunica [versión electrónica].
- KAPLÚN, Gabriel (2007) "La comunicación comunitaria en América Latina". En: Bernardo Díaz Nosty (Org.). *Tendencias 07. Medios de comunicación. El escenario iberoamericano*. Madrid, Fundación Telefónica.
- KAPLÚN, Mario (1985) *El comunicador popular* LUMEN. Humanitas Buenos Aires.
- KEJVAL, Larisa (2009) *Truchas: los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- (2010). "En busca de la comunidad perdida". En CICALESE, G. *Comunicación comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. PP.33-49. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- GUMICCIO DRAGÓN, Alfonso (2001) *Haciendo olas. Historia de comunicación participativa para el cambio social*. Fundación Rockefeller
- MATA, María Cristina y SCARAFINO, Silvia (1993) *Lo que dicen las radios* ALER, Quito.
- PEPPINO BARALE, Ana María (1999) *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco/ Plaza y Valdés Editores. México, D. F.
- RAMÍREZ, Nyria, MARTÍNEZ, Martha y otros (2005). "Sistematización de experiencias de comunicación ciudadana". *Centro de Competencia en Comunicación para América Latina*. Mimeo. Bogotá.
- SANTOS, Boaventura De Souza (1998). *De la mano de Alicia. Lo social y lo político en la posmodernidad*. Bogotá, Uniande.
- VANINA LUCIANA, Anunciata (2011) *La comunicación comunitaria y sus aportes para redes de conocimiento*. Universidad Nacional de Río Cuarto.
- VILLAMAYOR,, Claudia y LAMAS, Ernesto (1998): *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Buenos Aires, Amarc-FES.
- YAÑEZ, Leonel (2004) *Radio comunitaria, territorio y cultura*. Instituto de la Imagen y la Comunicación. Universidad de Chile.
- ZIBECHI, Raúl (2008) *Territorios en resistencia. Cartografía política de las periferias urbanas en América Latina*. Buenos Aires: La vaca editora.

## “Estrategias de activismo medioambiental: ¿cómo poner la sostenibilidad en la esfera pública?”

Ignacio Santos<sup>144</sup>

Mesa redonda: Comunicación, desarrollo y activismo para el cambio social

### OBJETIVO

La intervención en la mesa pretendía combinar una aproximación al tema “comunicación y medio ambiente” basada en la experiencia personal con otra más general y académica.

### RESUMEN

A la hora de evaluar los movimientos sociales por su productividad, por su repercusión en los valores culturales y las instituciones de la sociedad, algunos analistas piensan que el movimiento ecologista del último cuarto del siglo XX y lo que llevamos de siglo XXI se ha ganado un lugar destacado en el escenario de la aventura humana (Castells, 1999). Ello quiere decir que se ha avanzado en los ejes, en palabras de Manuel Castells, sobre los que se vertebraba la acción ecologista: llegar a las mentes, domar al capital, cortejar al estado, bailar con los medios de comunicación. Se ha avanzado hasta tal punto que puede hablarse de una nueva cultura de la naturaleza (Castells, 2010).

Sin embargo, y tomando el título de libro reciente, ¿se ha enterado de algo el planeta? (Wagner, 2011) ¿Qué nos dicen los indicadores sobre la salud de nuestro medio ambiente? Las perspectivas que muestran el Índice del Planeta Vivo, los parámetros seleccionados por los autores del famoso artículo “planetary boundaries”, la Evaluación de Ecosistemas del Milenio o cualquier otro análisis no son nada buenas. Tal vez ello signifique que hablar mucho sobre

---

<sup>144</sup> Consultor en medio ambiente, desarrollo y cooperación internacional.

medio ambiente no significa estar actuando eficazmente contra la crisis ecológico social (Riechmann, 2012). La reflexión vale igualmente para el ámbito de la cooperación para el desarrollo, donde cabe preguntarse por qué si el medio ambiente es realmente tan importante, y así lo reflejan las políticas de desarrollo, los actores no están haciendo más.

Hay que preguntarse, como hace Ernest García, ¿por qué andamos siempre a la greña con la naturaleza si nos pasamos la vida jurándole amor eterno? (García, 2008) O, de manera menos coloquial, hay que preguntarse, como hace José Manuel Naredo, sobre cuáles son los mecanismos que gobiernan la selección social de las ideas. El problema suscitado abarca desde la propia naturaleza del cerebro humano y de la psicología individual hasta la construcción social del lenguaje y el pensamiento relacionadas con la configuración de la sociedad y los poderes establecidos (Naredo, 2006). No es sencillo; prevenir el colapso de la civilización humana requiere, nada más y nada menos, que una gran transformación de los patrones culturales dominantes, como indicaba el anuario *La situación en el mundo* en 2010 (Worldwatch, 2010).

Son muchos, y más expertos, los autores que han escrito en relación al tema de mi intervención y que aportan argumentos técnicos sobre cómo mejorar la comunicación en materia ambiental (y, por ejemplo, en la obra *¿En qué estamos fallando? Cambio social para ecologizar el mundo* escriben algunos referentes dentro de nuestro país como Francisco Heras y Concepción Piñeiro), pero puede destacarse el esfuerzo de reflexión acometido por diferentes ONGs británicas que trabajan en los ámbitos del medio ambiente y el desarrollo mediante la iniciativa Common Cause; una iniciativa que, precisamente, tiene en cuenta esa naturaleza del cerebro humano y de la psicología individual, lo que lleva a poner sobre la mesa elementos como *valores, objetivos, marcos y metáforas*.

Son abundantes los argumentos positivos sobre la mayor calidad de vida y felicidad que una vida más sostenible proporcionaría, tipo *disfruta de la vida sin cargarte el planeta* (Simms y Smith, 2009). Sin embargo, hacer campañas en relación a los temas ambientales y el cambio climático resulta “muy extraño y plantea una importante dificultad” para un analista de prestigio como el británico George Monbiot. Para este autor, a diferencia de todas las protestas públicas que la han precedido, las ambientales/climáticas son campañas no para pedir abundancia sino austeridad. Son campañas no para obtener más libertad sino menos. Y lo más extraño de todo es que son campañas no contra otros, sino contra nosotros mismos (Monbiot, 2008).

Además, conducir a varios miles de personas a comportarse de manera diferente, a comportarse moralmente, significa, dada la presión del factor tiempo, una vuelta de tuerca en nuestras reflexiones y, para algunos, la única opción sería utilizar fuerzas del mercado que conduzcan ese comportamiento de manera generalizada y obligatoria en la dirección adecuada (Wagner, 2011).

Quizás, *“all we need is love”* y, más allá de la razón, la equidad y la justicia, sea el amor a las generaciones futuras el único argumento que nos conduzca a proporcionar a nuestros descendientes un planeta habitable, como plantea, de manera original, el autor de *How to relate ourselves to future people: justice or love?* (Read, 2011).

Por último, hay un elemento que resulta fundamental: los activistas, comunicadores y actores, en general, que abogan por el cambio, si quieren gozar de autoridad, tienen que proporcionar una cierta ejemplaridad personal, y como organizaciones, en relación a los temas que plantean (en la línea de la “ejemplaridad pública” de Javier Gomá).



**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Castells, M. : Comunicación y poder, Alianza Editorial, Madrid, 2010.
- Castells, M. : la era de la información. Economía , sociedad, cultura. Vol. 2 El poder de la identidad, Alianza Editorial, Madrid, 1999.
- Common Cause. The Case for Working with our Cultural Values, 2010.
- González Reyes, L. : Sobre estrategias de los movimientos sociales, en Matarán Ruiz, A. y López Castellano, F. (editores) : La Tierra no es muda: Diálogos entre el desarrollo sostenible y el postdesarrollo, Universidad de Granada, Granada, 2011.
- García, E. : ¿por qué andamos siempre a la greña con la naturaleza si nos pasamos la vida jurándole amor eterno?, en Riechmann, J (coord.): ¿En qué estamos fallando? Cambio social para ecologizar el mundo, Icaria, Barcelona, 2008.
- Heras, F. : Comunicar el cambio climático, en Riechmann, J (coord.): ¿En qué estamos fallando? Cambio social para ecologizar el mundo, Icaria, Barcelona, 2008.
- Monbiot, G. : Calor. Cómo parar el calentamiento global, RBA, Barcelona, 2008.
- Naredo, J. M. : Raíces económicas del deterioro ecológico y social. Más allá de los dogmas, Siglo XXI, Madrid, 2006.
- Piñeiro, C. : En el jardín de la comunicación ambiental: aprendiendo del diálogo, en Riechmann, J (coord.): ¿En qué estamos fallando? Cambio social para ecologizar el mundo, Icaria, Barcelona, 2008.
- Read, R.: How to relate ourselves to future people: justice or love? , Green House Think Tank, Green House Gases, 2011.
- Riechmann, J. : El socialismo solo puede llegar en bicicleta, Los libros de la catarata, Madrid, 2012.
- Simms, A y Smith, J. (editores): Disfruta de la vida sin cargarte el planeta, Los libros del lince, Barcelona, 2009.
- Wagner, G. : But will the planet notice?, Hill and Wang, Nueva York, 2011.
- WorldWatch Institute: La situación del mundo 2010. Del consumismo hacia la sostenibilidad, Icaria, Barcelona, 2010.

**Autores y autoras por orden alfabético**

**Federico Abreu Silveira.** Es investigador en Comunicación y Educación para el Desarrollo y ha sido Asistente Académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de UDELAR (Uruguay). Colabora con diversas organizaciones sociales en la construcción de procesos transformadores basados en la comunicación y la participación. Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación (Opción Educativa) por la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de UDELAR, y Máster en Gestión del Empleo por UPV/EHU. Actualmente se encuentra realizando su Tesis Doctoral en Estudios de Desarrollo en el Instituto Hegoa, UPV/EHU. ([fedeabreusilveira@gmail.com](mailto:fedeabreusilveira@gmail.com))

**Darío Barzosa.** Político, DEA en Estudios Iberoamericanos (UCM y UNED) y Máster en Estudios Avanzados de Filosofía (UCM), actualmente diseñador, gestor de contenidos multimedia y editor (Revista Tehura, Asociación de Historia Social, etc.), y docente de personas adultas. Activista del 15M, participantes de las Asambleas de barrio y pueblos de Madrid - Asamblea de Plaza Dalí, del Barrio de Salamanca, y en la Asamblea del Pueblo de Alpedrete, desempeñando tareas de infraestructura y comunicación. Entre sus últimas publicaciones se encuentran: "Populismo y hegemonía en Argentina: la intervención del Espacio Carta Abierta", en *Actas del XV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles*, (2012) y "La construcción de los sujetos sociales: entre Hegel y Althusser" *Revista Tales* (2011). ([dariobarboza76@gmail.com](mailto:dariobarboza76@gmail.com))

**Manuel Iglesia- Caruncho.** Coordinador general de la cooperación española en Uruguay. Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid, especialidad en Economía Internacional y Desarrollo, ha impartido docencia en los Máster sobre Cooperación y Desarrollo de las principales universidades españolas: Complutense de Madrid (ICEI y IUDC); Autónoma de Barcelona; Carlos III de Madrid; Córdoba (ETEA); Comillas de Madrid; y la Internacional de Andalucía, entre otras.

Es autor de "El impacto económico y social de la cooperación al desarrollo" (Editorial Catarata) y coautor y director de las obras "Acabar con la Pobreza. Un Reto para la Cooperación Internacional" (publicación conjunta de IPADE, Complutense de Madrid y Comunidad de Madrid); "Avances y retos de la cooperación española" (Fundación Carolina y Editorial Siglo XXI) y "La eficacia de la ayuda y la cooperación española" (Editorial Complutense), entre otras. Ha escrito una cincuenta de artículos relacionados con la cooperación internacional y el desarrollo.

En 2009-2010 fue *Visiting Fellow* en el Institute for Development Studies (IDS) en la Universidad de Sussex, donde publicó el *Research Report* "The Politics and Policy of Aid in Spain" (<http://www.ntd.co.uk/idsbookshop/details.asp?id=1218>).

En 2010 representó al Gobierno de España en el panel de expertos (*technical advisory panel*) convocado por el PNUD para acompañar la elaboración del informe: *What Will it Take to Achieve the Millennium Development Goals?*

Ha sido Comisionado para la Reforma de la AECI (2006-2009) y miembro del Consejo Rector de la AECID desde su constitución hasta julio de 2009 y ha sido director del Gabinete de la Secretaria de Estado de Cooperación Internacional en el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2004-2006).

En la década de los 80 y 90 trabajó para el ICI y la AECI en Nicaragua, Honduras, Uruguay y Cuba por un período de ocho años. En estos dos últimos países fue director de las Oficinas de Cooperación.

**Silvia Chocarro Marcesse.** Licenciada en Periodismo, experta en Información Internacional y Países del Sur y diplomada en Estudios Avanzados (DEA) en “Comunicación, cambio social y desarrollo” por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Su proyecto de tesis doctoral se centra en el rol de Naciones Unidas (NU) en la promoción de la seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad.

Lleva trece años compaginando el periodismo con la cooperación al desarrollo, particularmente en el ámbito de la comunicación y la libertad de expresión. Ha trabajado en varios países para medios de comunicación como Europa Press y Onda Cero; instituciones como la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Unesco (Organización de NU para la educación, la ciencia y la cultura); y la ONG ACSUR-Las Segovias. Actualmente es corresponsal para el servicio en español de Radio Francia Internacional (RFI) en Washington DC y consultora en comunicación.

**Javier Erro.** Profesor asociado de Comunicación Pública y Cooperación y Educación para Desarrollo en la Universidad Pública de Navarra (UPNA), ha trabajado en distintas universidades, instituciones y ONGD tanto en el Norte como en el Sur.

Evaluador de proyectos de Educación para el Desarrollo de la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva del Ministerio (ANEP) del Ministerio de Ciencia e Innovación (2011), ha sido Coordinador de la Fundación Mundubat (Paz y Tercer Mundo) en Navarra (2004-2011), y profesor de comunicación y desarrollo en la Universidad Centroamericana de El Salvador UCA (1993-1998). Entre sus publicaciones destacamos *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*, editada con T.Burgui (2010).

**Marta González.** Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla, Magíster en Estudios Contemporáneos de América Latina por la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de la República de Uruguay. Ha realizado investigaciones sobre radios comunitarias en Montevideo y ha sido asistente de investigación del programa de Políticas Sociales del Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH). Ha trabajado como periodista en investigadora de temas de desarrollo y género y política internacional. En 2013 obtuvo un segundo premio de investigación periodística contra la violencia de mujeres, niñas y adolescentes en Uruguay de UNESCO que se tradujo en una publicación sobre el acoso callejero machista en el semanario uruguayo Brecha. La última investigación realizada giró en torno al trabajo infantil Rural en Uruguay realizada en conjunto entre el CLAEH y la ONG Gurises Unidos para el Ministerio de Desarrollo uruguayo. Actualmente trabaja en la ONG uruguaya Cotidiano Mujer en proyectos de investigación y comunicación. ([martagonzalezrod@gmail.com](mailto:martagonzalezrod@gmail.com))

**Miren Gutiérrez.** Directora de Desarrollo y Comunicación de para el cambio climático del *Overseas Development Institute* en Londres. Fue la Directora Editorial de la agencia de noticias internacional Inter Press Service durante siete años hasta finales del 2009, y tiene detrás una dilatada carrera de más de veinte años como periodista, editora, corresponsal extranjera y analista. Ha trabajado para la Agencia Efe como corresponsal para el Sudeste Asiático, desde Hong Kong; para el diario La Prensa de Panamá, donde editó y dirigió numerosas investigaciones financieras; y para El País, desde Panamá y Nueva York, además de para IPS. Ha colaborado con medios como El Mundo, The Wall Street Journal, The Nation y otros. Asimismo, trabajó con organizaciones como Transparencia Internacional, The Media Development Fund e Index on Censorship. Ha sido profesora invitada en facultades de comunicación en las universidades de Navarra, Deusto, Tilburg y Pontificia de Salamanca, con charlas sobre periodismo de datos, de investigación y para el desarrollo, ha proporcionado formación tanto a profesionales de la comunicación en organizaciones como Oxfam o Friends of the Earth International como a periodistas de todo el mundo, a través de cursos organizados por The Reuters Foundation, IPS y el Centro Latinoamericano de Periodismo. Desde 2010, Miren ha sido Directora de Comunicación de la Fundación MarViva, Directora Ejecutiva de Greenpeace España.

**Cees J. Hamelink.** Profesor emérito de Comunicación Internacional en la Universidad de Ámsterdam, Profesor de Globalización, Salud Pública y Derechos Humanos en el *Athena Institut* de la *Vrije Universiteit* de Ámsterdam, y profesor de Gestión del Conocimiento en la Universidad de Aruba. Cees Hamelink ha ejercido la docencia a lo largo del mundo y ha sido profesor visitante en más de veinte países. Es autor de diecisiete monografías en el campo de la comunicación, la cultura, los derechos humanos y la tecnología, ha recibido reconocimientos por su fructífera trayectoria por parte de la Asociación Internacional de la Comunicación y por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana, y ha sido asesor para muchos gobiernos nacionales y para distintas agencias de Naciones Unidas.

**Mario Lubetkin.** Director General de la Agencia Inter Press Service (IPS) desde 2002. Atraído por la forma en que IPS cubría las noticias de derechos humanos, medio ambiente y desarrollo, comenzó a formar parte de la misma como periodista en 1979 en los terremotos que tuvieron lugar en Roma aquel año. Más tarde se trasladó a Uruguay, donde nació, como corresponsal y fue Director Regional para América Latina durante 7 años, antes de ocupar el puesto actual como Director.

Lubetkin trabajó como corresponsal para varios medios impresos italianos y latinoamericanos y como asesor de comunicación para algunas agencias de Naciones Unidas y organizaciones de integración regionales. Ha coordinado proyectos de comunicación con los gobiernos de Brasil, Finlandia, Italia, España y Uruguay, entre otros.

Entre 2000 y 2007, coordinó "Tierramérica", un proyecto de comunicación del Programa de las Naciones Unidas para Medio Ambiente (PNUMA), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Banco Mundial, que es la plataforma de comunicación más importantes en estos ámbitos en América Latina.

En los últimos años ha respaldado activamente los esfuerzos para la comunicación en las grandes cumbres entre Naciones Unidas y Sociedad Civil; tanto personalmente como

con su a su equipo y a través de la publicación de los documentos de la conferencia TerraViva . También en este último periodo se ha centrado en el nuevo escenario de los países emergentes, en particular de IBSA (India , Brasil y Sudáfrica) .

Desde 2006, es profesor en el Máster en Comunicación para las relaciones internacionales de la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM de Milán. Ha coordinado diversos seminarios sobre comunicación y desarrollo en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP ) de Santander y es el co -editor de una serie de libros sobre comunicación y desarrollo , junto con la cooperación española .

Es Vice - Presidente de Media Watch Global y fundador de la Com + Alianza de Comunicadores para el desarrollo sostenible, junto con otras organizaciones internacionales.

**Maidier Maraña.** Coordinadora de Programas de UNESCO Etxea. Licenciada en Historia, posee diversos estudios de postgrado en Derechos Humanos, Gestión Cultural, Museografía y Cooperación Internacional. Actualmente trabaja como Coordinadora de Programas en UNESCO Etxea - Centro UNESCO del País Vasco.

Anteriormente ha trabajado para Naciones Unidas, en UNESCO, en su sede en París por 2 años, como Especialista de Programa en Patrimonio Mundial, así como en la sede de UNESCO en Uruguay por otros 3 años, en el Sector de Cultura y Patrimonio. Durante 5 años fue Responsable del Área de Cultura y Desarrollo del Centro UNESCO del País Vasco. Ha desarrollado numerosas actividades docentes, destacando su trabajo en la Universidad de Deusto (España). Ha publicado diferentes trabajos como *Cultura y Desarrollo. Evolución y perspectivas*, Bilbao, 2010, y *El futuro de las lenguas. Diversidad frente a uniformidad*, Madrid, 2008. Ha dictado conferencias en distintas instituciones de España, Suiza, Paraguay y Uruguay.

**Raquel Martínez-Gómez.** Doctora en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid), Máster en Literatura Moderna, Cultura y Pensamiento (University of Sussex, Gran Bretaña), Posgrado en Relaciones Internacionales (Universidad Nacional Autónoma de México) y Licenciada en Ciencias de la Información (UCM).

Investigadora especializada en comunicación y cooperación para el desarrollo. Coordinadora académica de los Encuentros y publicaciones sobre Comunicación y Desarrollo organizados por la agencia IPS y la AECID y de las publicaciones que dieron resultado tras los mismos. Colabora con IPS desde el año 2007.

Trece años de experiencia profesional en el sector de la cooperación al desarrollo. Actualmente desempeña labores de comunicación e incidencia en el Fondo de Población- UNFPA en Montevideo. Ha sido responsable de Comunicación de la Fundación Carolina, coordinadora de la Campaña "Pobreza Cero" de la Coordinadora de ONGD-España en 2005 y responsable del Área de Comunicación de la Fundación IPADE (2001-2003) .También ha ejercido como docente de universidades españolas e internacionales (ITESM de México y CLAEH y ORT en Uruguay).

Su novela *Sombras de unicornio*, traducida a cuatro idiomas, obtuvo el European Prize for Literature (2010) y el XII Premio de Novela Ateneo Joven de Sevilla (2007). Su novela

anterior, *Del color de la lava* fue Premio de Novela Corta Ciudad de Móstoles. (marraquel@gmail.com)

**Manuela Mesa.** Directora del Centro de Educación e Investigación para la Paz (CEIPAZ), de la Fundación Cultura de Paz. Presidenta de la Asociación Española de Investigación para la Paz (AIPAZ) (2006-2013). Vicepresidenta de WILPF-España (Liga Internacional de Mujeres por la Paz y la Libertad). Dirige el anuario de CEIPAZ sobre paz y conflictos desde 2004. Vocal Experta en el Consejo de Cooperación (2009-2012). Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Documentación Social* y de la revista *Pensamiento Propio*.

Sus líneas de investigación actuales se centran en Comunicación y Educación para el Desarrollo y en el papel de la sociedad civil en la construcción de la paz. Dirige el portal: TICambia ([www.ticambia.org](http://www.ticambia.org)) que ofrece recursos didácticos para promover la paz y la solidaridad y el portal: Mujeres tejiendo la paz ([www.1325mujerestejiendolapaz.org](http://www.1325mujerestejiendolapaz.org)) sobre género, comunicación y construcción de paz.

Entre sus últimas publicaciones están: *Visibles y transgresoras: narrativas y propuestas visuales para la paz y la igualdad*; Manuela Mesa (coord.), *Cambio de ciclo: crisis, resistencias y respuestas globales*, Anuario CEIPAZ 2012-2013; *1325 mujeres tejiendo la paz 2010*; *Las mujeres cuentan 2011*; *Claves para entender la violencia de carácter transnacional en Centroamérica (2009)*; y *Diagnóstico de la Educación para el Desarrollo en España (2011)*. Más información en: [www.ceipaz.org](http://www.ceipaz.org) y en <http://ceipaz.academia.edu/ManuelaMesa>.

**Vusi Mona.** Director General Adjunto del Sistema de Comunicación e Información del gobierno de Sudáfrica, responsable de Comunicación y Gestión de Contenidos desde agosto de 2010.

Es Licenciado en Inglés y Economía con un posgrado en Educación por la Universidad sudafricana *University of the North* (Turloop), actualmente University of Limpopo. Comenzó su carrera en 1990 como profesor de inglés y economía. Fue profesor y activista pionero en el establecimiento de la Unión Nacional de Educación de Sudáfrica y el Sindicato de Maestros Democráticos de Sudáfrica.

Abandonó sus estudios de contabilidad en la Universidad de Ciudad del Cabo para dedicarse al periodismo. En 1996, fue editor del periódico *The Teacher*, una filial del Mail & Guardian. Recibió una beca para asistir a la Universidad de Cambridge en el Reino Unido, donde estudió el funcionamiento de la prensa británica. A su regreso, fue nombrado director de *Tribute magazine*. En el año 2000 fue editor en *City Press*, que se convirtió en lectura de referencia para la "emergente clase media negra". En este periodo completé el Programa de Desarrollo Ejecutivo en la Escuela de Negocios de *Stellenbosch*.

Más tarde se unió a la Agencia de Marketing y Publicidad, donde fue Director General de la filial PR, Agencia de Comunicación Corporativa. En 2007, fue nombrado Director de Medios y Comunicación de la Iglesia Rhema. Después de un periodo como director adjunto, en 2009 fue nombrado Director de Comunicación de la Presidencia.

**Corina Mora.** Licenciada en Ciencias de la Información-Periodismo. Especialista en Información Internacional y Países del Sur. La trayectoria profesional está vinculada desde el inicio a la comunicación para el desarrollo, trabajando en el movimiento asociativo desde diferentes puestos en ONGD y fundaciones, en los departamentos de formación, voluntariado, proyectos de cooperación y comunicación.

Tiene experiencia docente sobre temas de cooperación y comunicación en diferentes cursos de postgrado en la Universidad Complutense de Madrid, el Instituto Universitario Ortega y Gasset y también fuera de España en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas de El Salvador, FLACSO en Ecuador y en la Universidad de La Habana, Cuba.

Ha vivido varios años en Centroamérica, sobre el terreno ha trabajado como cooperante responsable de proyectos con Solidarios para el Desarrollo y Acsur-Las Segovias en Honduras, Nicaragua, El Salvador y Panamá. También en viajes de seguimiento y formulación en Guatemala y Colombia y evaluaciones en Marruecos y Ecuador. Del 2003 al 2006, ha trabajado para la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), primero en el Área de Comunicación en la sede central en Madrid y posteriormente, de abril 2005 a octubre 2006, como Responsable de Comunicación de la Oficina Técnica de Cooperación en Managua, Nicaragua.

En la Plataforma 2015 y más, (2007-10 / 2011-13) desempeñó el puesto de responsable de Comunicación en el marco de varios convenios de Educación para el desarrollo, sensibilización e incidencia política, así como en el equipo de comunicación y prensa de la *Alianza Española contra la Pobreza* y la campaña por los derechos de las mujeres *Tu voz cuenta*. Actualmente realiza consultorías en temas de comunicación y desarrollo.

**María Luz Ortega Carpio.** Profesora acreditada en la figura de Contratada Doctor y Titular de Área de Economía Aplicada en la Universidad Loyola Andalucía. Directora de 1999-2008 del Máster en Cooperación al Desarrollo y Gestión de ONGD, coorganizado por ETEA-IO y *Entreculturas*. Su investigación se ha centrado en el estudio de las políticas de desarrollo y la lucha contra la pobreza, al servicio de la sociedad civil a través del análisis y estudio de las instituciones y de las políticas de desarrollo, en especial en la Educación para el Desarrollo. Autora de la Estrategia de educación de la cooperación y española y promotora del programa de Educación para el Desarrollo de la AECID. Dirige el grupo de estudios para el Desarrollo de la Universidad Loyola Andalucía donde investiga sobre el papel desempeñando en Educación para el Desarrollo en el espacio universitario.

**Vanesa Saiz Echezarreta.** Profesora Contratada Doctora en la Facultad de Periodismo de Cuenca en la UCLM. Especialista en Semiótica y Análisis Sociocultural de la Comunicación ha realizado la tesis “La solidaridad espacio de mediación de los sentimientos morales. Análisis de la publicidad de las ONGD 1999/2009”, en la UCM. Desarrolla su actividad docente en el área de Teoría de la comunicación y la Información, la Teoría de la Cultura y la Metodología y el Análisis en Comunicación, materias impartidas en la UCM, la Universidad Miguel de Cervantes y la Universidad de Valladolid. Ha formado parte del Grupo PICNIC y, actualmente desarrolla su investigación en el Grupo de Socio-semiótica de la comunicación de la UCM. Ha publicado artículos especializados sobre representaciones sociales y afectividad,

movimientos sociales, feminismo, entre otros; así mismo, ha elaborado informes e investigaciones aplicadas para organismos públicos e instituciones privadas. ([saizechezarreta@yahoo.es](mailto:saizechezarreta@yahoo.es))

**Ignacio Santos.** Consultor en medio ambiente, desarrollo y cooperación internacional. Es Licenciado en Ciencias Políticas, con especialidad en relaciones internacionales. Trabaja y se interesa por todo lo relacionado con el medio ambiente y el desarrollo sostenible, desde comienzos de los años ochenta y, particularmente, por la dimensión internacional de los problemas ambientales. Tras más de una decena de años de colaboración con organizaciones ecologistas (en ámbitos como la investigación, incidencia política, sensibilización, comunicación y puesta en marcha de actividades de cooperación), su actividad se orienta, desde mediados de los noventa, hacia el sector de la cooperación para el desarrollo y, en calidad de consultor independiente, colabora (en ámbitos similares a los de su anterior trabajo con organizaciones ecologistas) con organizaciones no gubernamentales, gubernamentales y entidades de investigación y formación. Ha contribuido a promover dentro de la cooperación para el desarrollo en España la atención hacia las cuestiones ambientales. ([isantosmolina@gmail.com](mailto:isantosmolina@gmail.com))

**Roberto Savio.** Economista italiano nacionalizado argentino. Creador y fundador en 1964 de la agencia Inter Service Press (IPS). Es experto en temas de comunicación global con un marcado enfoque en el mundo del desarrollo, y ha puesto en marcha proyectos como el pionero sistema tecnológico piloto de la Información (*TIPS*) de Naciones Unidas, la red de sistemas nacionales de información para América Latina y el Caribe (*ASIN*), la de América Latina servicios informativos nacionales, *ALASEI*, el Servicio Informativo de la Mujer y, ahora, *Othernews*. Es co-fundador de *Media Watch International*, con sede en París, de la que es *Secretario General*. Fundó y fue Presidente de la hoy desaparecida *Alma Mater Indoamericana*, una ONG argentina para la promoción de la educación de niños en las zonas pobres. También presidió la Junta de Directores de la fundación internacional *Alianza para la Nueva Humanidad (ANH)*.

Trabajó como periodista en diversos medios de comunicación italianos, documentalista y productor cinematográfico. Asimismo ha publicado varios libros, entre los cuales cabe citar *Verbo América*. El último de sus títulos, editado en 2011 es *50 años de otra información*, una narración colectiva que narra la historia de IPS.

Es asesor técnico y consultor internacional de temas de comunicación y ha trabajado en colaboración con multitud de organizaciones internacionales. Formó parte del Comité Internacional del *Foro Social Mundial* desde su creación en 200.

Es Asesor Emérito de la INTERNACIONAL DEVNET ASOCIATION Y Secretario General Emérito del Consejo de Administración de la *Sociedad para el Desarrollo Internacional (SID)*. Desde 2010 es Presidente de la *Fundación Arcoiris TV*, radicada en Módena, Italia.

En la actualidad está llevando a cabo una campaña para la gobernanza de una globalización sostenible, que lo lleva a dictar conferencias en diversos lugares del mundo y a producir un flujo continuo de artículos y ensayos en esta línea de acción.



**Carlos Tiburcio.** Periodista, representante del Gobierno brasileño en la Iniciativa Sur-Sur de Comunicaciones, lanzada a finales de 2009 y que reúne a 24 países.

Estudió Física en la Universidad Federal de Bahía y fue uno de los líderes del movimiento estudiantil de 1968. Prisionero político en Sao Paulo desde 1973 hasta 1975. Se graduó en periodismo en la Universidad Casper Libero (Sao Paulo) y fue redactor para la editorial Internacional del Estado de Sao Paulo, editor de la Revista de Comercio y corresponsal en diferentes revistas extranjeras. En la prensa alternativa, fue reportero de la revista Versus y editor y redactor en jefe del semanario *Em Tempo*. Participó en la fundación del Partido de los Trabajadores en 1980.

De 1999 a 2002 fue coordinador del equipo de Comunicaciones del Instituto Ciudadanía, una ONG fundada y dirigida por el ex presidente Luis Ignacio Lula da Silva, y el responsable de la edición brasileña para Internet de *Le Monde Diplomatique*.

En su faceta de escritor es co-autor del libro *Dos filhos deste solo – Mortos e desaparecidos políticos durante a Ditadura Militar* (1999), junto con el congresista y ex ministro Nilmário Miranda.

Dirigió el gabinete de Comunicación del Presidente Lula, en la campaña electoral en 2002, y la campaña de reelección en 2006. De 2003 a 2010, se desempeñó como Asesor Especial del Secretario General de la Presidencia como coordinador del equipo Discursos del presidente Lula da Silva. Desde 2011, es Asesor Especial del Gabinete Personal Adjunto de la presidenta Dilma Rousseff como coordinador del equipo encargado de la elaboración de discursos.

**Enrique Yeves.** Responsable de Comunicación Corporativa de la FAO para España y Andorra con sede en Madrid. Es periodista y tiene una amplia experiencia en el campo del periodismo y en el ámbito de Naciones Unidas. Ha sido Portavoz del Presidente de la Asamblea General en Nueva York y Director de la Televisión de la ONU. Fue también responsable de comunicación de la FAO en Roma.

En medios de comunicación, ha trabajado, entre otros, para TVE, para la BBC en Londres, la agencia Reuters y el Grupo Zeta. Ha sido galardonado con varios premios internacionales como el prestigioso “CNN World Report Award” y el “Stories from the Field” de las Naciones Unidas.

Mario Lubetkin es Director General de Inter Press Service (IPS) desde 2002. Interesado en la cobertura de derechos humanos, ambiente y desarrollo de la agencia, comenzó a trabajar en la sede principal de Roma en el año 1979. En donde se trasladó a su Uruguay natal, donde se desempeñó como corresponsal hasta 1995, cuando fue designado Director Regional para América Latina.

Desde el año 2000 coordina la principal plataforma de comunicación sobre ambiente y desarrollo sostenible de América Latina denominada "Tierramérica", un proyecto de comunicación del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Raquel Martínez-Gómez López es escritora y doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid en el área de Relaciones Internacionales.

Es, asimismo, la coordinadora de los Encuentros sobre Comunicación y Desarrollo de IPS, y ha trabajado doce años en el sector de la comunicación y la cooperación internacional para el desarrollo.

Raquel Martínez-Gómez y Mario Lubetkin han coordinado en el año 2011 el volumen Políticas, Redes y Tecnologías en la Comunicación para el Desarrollo; en el año 2010 el volumen Comunicación y desarrollo: pasos hacia la coherencia; y en el año 2008 el volumen Comunicación y desarrollo: en busca de la coherencia.

