

DESBORDES COMUNICATIVOS

Comunicación, ciudadanía y transformación social

Víctor Manuel Mari Sáez
Gonzalo Ceballos Castro
(Coordinadores)



Desbordes comunicativos

colección **fragua comunicación**

Víctor Manuel Marí Sáez
Gonzalo Ceballos Castro
(coordinadores)

Desbordes comunicativos

Comunicación, ciudadanía y transformación social

 EDITORIAL
fragua

MADRID MMXVIII

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos sin el permiso y por escrito del Editor y del Autor.

Director de la Colección: Ignacio Muñoz Maestre

Maquetación: Miguel Ángel Pérez Gallego

Diseño de cubierta: Fernando Pinteño (@al_pantone)

Título: Desbordes comunicativos

© EDITORIAL FRAGUA
C/ Andrés Mellado, 64.
28015-MADRID
TEL. 915-491-806/ 915-442-297
FAX . 915-431-794
E-MAIL: *editorial@fragua.es*
www.fragua.es

I.S.B.N.: 978-84-7074-802-8
Depósito Legal:

Edición incluida en el proyecto de I+D del Ministerio de Economía, Ciencia y Competitividad del Gobierno de España “Evaluación y monitorización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España: diseño de indicadores para la medición de su impacto social” (CSO2014-52005-R) (2015-2017) IP: Dr. Víctor Manuel Marí Sáez.

Índice

PRIMERA PARTE

Desbordes técnicos, comunicación y justicia social

1. Sobre el concepto de *desborde* aplicado a las prácticas contemporáneas de comunicación social transformadora
Víctor Manuel Marí Sáez..... 9

2. Comunicación popular y conocimiento en movimientos sociales rurales: el adiós al modelo de “difusión de innovaciones”
Cicilia M. Krohling Peruzzo..... 29

3. El papel de los Foros de Comunicación, Educación y Ciudadanía en el debate sobre la Comunicación para el Cambio Social
Javier Erro Sala / Lohitzune Zuloaga Lojo / Juan Pagola Carte..... 57

4. El caso de IEPALA: una comunicación crítica y transformadora al servicio de los pueblos y los derechos humanos
Carlos Peláez-Paz..... 83

5. Medir la comunicación desde una perspectiva de cambio social y paz: propuestas pluralistas, análisis de marcos y enfoque sistémico
Cristina Sala Valdés 109

SEGUNDA PARTE
Comunicación, publicidad y cambio social

6. El relato feminista en la cultura popular digital actual: tensiones entre la racionalidad publicitaria y un enfoque político transversal <i>Eloísa Nos-Aldás / Alessandra Farné</i>	135
7. Imagen de la población “Sénior” en las agencias de medios españolas, una visión retrospectiva (2007-2013) <i>José Bereguel Fernández</i>	177
8. Publicidad y financiación en los medios comunitarios: el estudio de caso de Onda Color (Málaga) <i>Gonzalo Ceballos-Castro</i>	197
9. La representación del éxodo rural como cambio social en el Neorrealismo Italiano: espacios y personajes de <i>Rocco y sus hermanos</i> (1960) y <i>Los camaradas</i> (1963) <i>Valeriano Durán Manso</i>	231

EPÍLOGO ABIERTO

“¿Cuánta tierra necesita un hombre?” La denuncia de las quimeras del desarrollo: un principio en el pensamiento decolonial <i>Manuel Chaparro Escudero</i>	259
---	-----

PRIMERA PARTE

Desbordes teóricos, comunicación y justicia social

Sobre el concepto de *desborde* aplicado a las prácticas contemporáneas de comunicación social transformadora

VÍCTOR MANUEL MARÍ SÁEZ

Universidad de Cádiz

Quienes trabajamos en el campo de la comunicación social tenemos la experiencia cotidiana de entrar en contacto con iniciativas y prácticas comunicativas que van muy por delante de los marcos teóricos desde los que se las pretende analizar. Y, también, caemos en la cuenta de esa tendencia a la indisciplina que manifiesta el campo de la comunicación social, refractario a cualquier tipo de clasificación dominadora y reduccionista.

No obstante, el hecho de que las prácticas sociales marchen por delante de las teorías no implica que éstas (las teorías) no tengan un papel fundamental que desempeñar. Al contrario, el concepto de *praxis* (Freire, 1970) sigue siendo útil para buscar la necesaria síntesis entre unas prácticas que necesitan reflexionadas y, al tiempo, unas teorías que forzosamente están llamadas a servir a la transformación social.

Lo que descubrimos, al menos quien esto escribe, es que hay una “gran densidad de novedad” en las prácticas comunicativas contemporáneas que requiere, por lo tanto, nuevos conceptos y enfoques teóricos que permitan comprender los procesos comu-

nicativos instituyentes (Castoriadis, 1983) en marcha. Por otro lado, también queda la sensación de que lo viejo aún no ha terminado de morir y que lo nuevo todavía no ha terminado de cristalizar del todo. Esta vieja idea gramsciana es una invitación a establecer las necesarias continuidades y discontinuidades entre las prácticas y teorías comunicativas actuales y aquéllas que forman parte de la tradición del campo. Ni el *adanismo* (la historia se funda con las experiencias presentes) ni la clásica sentencia “nada nuevo bajo el Sol” son soluciones válidas.

I

Uno de los términos que forma parte del paisaje conceptual actual, al menos en España, es el concepto de *desborde*. En forma de sustantivo, esta palabra aparece en relación a aquellas prácticas políticas lideradas por la ciudadanía en las que se desbordan los límites institucionales establecidos. Al igual que el torrente del río tras unas intensas lluvias, el caudal desborda los cauces que en condiciones normales sirven para contener y marcar los límites. Este desborde político-institucional tiene su derivada en el plano comunicativo. En la actualidad se observa un nutrido número de prácticas comunicativas que desbordan los estrechos límites teóricos desde los que la comunicación social y política ha sido históricamente pensada.

Estas experiencias comunicativas han proliferado, en el contexto español, en tiempos recientes, especialmente desde el momento fundacional del movimiento 15-M (2011). Pero las prácticas de desborde comunicativo no solo han acontecido en el territorio español. Guardan bastante conexión con la denominada primavera árabe (2011), con el movimiento Occupy Wall Street (EEUU), PasseLivre (Brasil), el #YoSoy132 (México) o el movimiento NuitDebout (Francia). Estas iniciativas, calificadas por Rossana Reguillo como *paisajes insurrectos* (2017), dan cuenta de unas “multitudes conectadas capaces de crear la situación para otros modos de imaginar la vida, de dar sentido a las relaciones

sociales; prácticas de insurrección y resistencia que irrumpen en distintas partes configurando un paisaje insurrecto” (op. Cit. página 45).

Esta novedad, para no devenir en adanismo, requiere del necesario entronque con los antecedentes históricos con los que se pueden conectar las nuevas prácticas comunicativas. En el caso español, uno de estos antecedentes podría ser el ciclo de movilizaciones que tiene lugar en el último periodo de la dictadura franquista y en los primeros años de la democracia española, en la segunda mitad de la década de los 70. En este contexto sociopolítico confluyen un buen número de experiencias comunicativas altamente creativas (radios libres, vídeo y cine social y político, prensa obrera y barrial, etc.) de las que se da cuenta, por ejemplo, en el referencial Congreso de Cambrils (1978) y el libro colectivo sobre el mismo coordinado por Vidal Beneyto (“Alternativas populares a las comunicaciones de masa”, 1979). Desde esta perspectiva, junto a las iniciativas novedosas actuales hay una re-creación de prácticas previamente existentes, adaptadas al nuevo contexto social, político, comunicativo y cultural.

Entronques similares podrían hacerse con las restantes iniciativas que forman parte de los *paisajes insurrectos* de los que habla la investigadora mexicana. En el caso latinoamericano otro referente fundamental sería la conexión con el movimiento de radios comunitarias que, desde finales de la década de los 40 del pasado siglo XX hasta la actualidad se extiende a lo largo y ancho de la región. Un movimiento que, junto a otras experiencias de comunicación *popular, alternativa* o *comunitaria* (por mencionar solamente alguna de las muchas etiquetas existentes) ha sido el sustrato desde el que se ha formulado la denominada *comunicología de la liberación latinoamericana*, a la que podríamos vincular a autores referenciales como Juan Díaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán, Mario Kaplún o Rosa María Alfaro. Una corriente que en la actualidad continúa de un modo u otro en una diversidad de autores entre los que figuran Cicilia Peruzzo, Manuel Chaparro o Erik Torrico.

II

La propia idea de *desborde*, aplicada al campo político, realmente no es ni nueva ni fruto del pensamiento europeo. Encontramos un primer referente explícito en la obra del antropólogo peruano José Matos, titulada “El desborde popular” (1984). En este trabajo Matos relea las prácticas de movilización popular que tienen lugar en Perú desde los años 40 del siglo XX, para descubrir cómo los movimientos populares y la ciudadanía han desbordado al Estado, ante el cual no se sienten representados. Curioso comprobar cómo el “no nos representan” no es un slogan original del movimiento 15-M en el siglo XXI.

Otro antecedente más o menos directo del término desborde aplicado a lo social y lo político proviene del campo de las metodologías participativas de investigación-acción. Uno de sus máximos representantes en el territorio español, y con una importante presencia y seguimiento en amplios sectores de América Latina, es Tomas Rodríguez Villasante y los equipos e iniciativas dinamizadas y participadas por él. En su trabajo de 2006 “Desbordamientos creativos: estilos y estrategias para la transformación social” anticipaba ya no solo el término de desborde, sino también el repertorio de prácticas sociales que años más tarde evolucionarían y eclosionarían en el movimiento 15-M.

Dirá Villasante (2006) que

el concepto de ‘desborde popular’ está vinculado a las redes de lo cotidiano. En algunos momentos, muchas veces inesperados –plantea Villasante– ocurren movilizaciones que nos sorprenden a todos, incluidos a los propios participantes, porque algún factor de lo cotidiano acaba por desbordar una situación que acumulaba ya bastantes contradicciones.

Este *desborde popular* deviene en *desborde creativo* cuando lo social es visto más como dinámicas caóticas y vitales que como personas y agregados sociales estancos. La creatividad aparece en lo social, en la mirada teórica a lo social y en las metodologías de IAP (Investigación-Acción-Participativa) que son capaces de ac-

tuar como transductores o catalizadores de los procesos de transformación social.

Todas estas características que van asociadas al concepto de *desborde* en su manifestación política pueden ser aplicadas en su vertiente comunicacional. La creatividad social y la potencialidad de estas prácticas comunicativas para la transformación social desborda los límites desde los que históricamente han sido construido los enfoques de perspectivas teóricas como la *Comunicación para el Desarrollo*, la *Comunicación para el Cambio Social*, la *Comunicación Popular* o la *Comunicación Solidaria*. Lo social desborda los intentos de disciplinamiento y resurge con fuerza ante los nuevos esfuerzos de institucionalización y encasillamiento a los que asistimos en la actualidad.

III

Decíamos anteriormente que el término desborde aplicado a la comunicación es nuevo, aunque su sentido último está presente, de algún modo, en la obra de autores fundamentales del campo comunicacional. Un claro movimiento de desbordamiento en la investigación en comunicación tiene lugar, en la disciplina, al redefinir los objetos de estudio prioritarios. Podemos hablar de desbordamiento al pasar del estudio prioritario de *los medios de comunicación* y de sus *productos comunicativos* a investigar los *procesos de comunicación social*. Un movimiento de desborde que tiene en el clásico de Jesús Martín Barbero (*De los medios a las mediaciones*, 1987) un antecedente ineludible, pero que viene acompañado de otros anclajes teóricos y movimientos similares. De estos y otros procesos da cuenta con sobrada solvencia la reconstrucción teórica propuesta por Torrico (2016) en su necesario trabajo “La Comunicación pensada desde América Latina” (1960-2009). En la introducción a esta obra dirá su autor que, a lo largo de las cinco décadas en las que se centra el estudio

[...] en América Latina se fue estructurando un pensamiento teórico especializado en comunicación que, aunque inscrito en el horizonte

epistemológico de la Modernidad, adquirió rasgos peculiares en razón de su inserción, por origen y referencia, en el contexto sociopolítico y cultural de la región, que le hizo distinguirse por un predominante compromiso intelectual y práctico con la búsqueda de respuestas para las necesidades y demandas macrosociales de independencia, desarrollo y democracia surgidas del mismo en creciente interacción con las dinámicas del escenario internacional (Torrico, 2016:12).

La articulación entre *pensamiento comunicacional – profundización de la democracia – búsqueda de justicia social – cuestionamiento del poder dominante* marcará, por tanto, algunas de las líneas de desborde acontecidas en el contexto latinoamericano desde los años 60 hasta la actualidad.

IV

Ha sido, precisamente, en el nuevo ciclo de movilizaciones sociales que a escala global se han ido sucediendo en la segunda década del siglo XXI (2010- actualidad) cuando se han retomado teóricamente conceptos que re-crean este pensamiento comunicacional de otros periodos y otras latitudes. Es, en muchas ocasiones, un pensamiento comunicacional descentrado de la obsesión *mediocéntrica* y de los límites *eurocéntricos*. Respecto al primer eje de descentramiento –el *mediocéntrico*– ya avisó Denis McQuail en su clásico *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas* (1991) de la disyuntiva a la hora de pensar la comunicación: frente a la perspectiva *mediocéntrica/tecnocéntrica*, que otorga un rol desmedido a las mediaciones tecnológicas, se encuentra la perspectiva *sociocéntrica*, que establece su centro de gravedad en los procesos sociales desde los cuales se impulsan las dinámicas comunicacionales. En relación al segundo eje de descentramiento –el *eurocéntrico*– las críticas hacia la dimensión colonial de la Modernidad europea y occidental ha tenido su traducción, en la actualidad, en el plano epistemológico. Los imaginarios y epistemologías del Sur y las matrices indígenas desde las que se invita a

pensar lo social y lo comunicacional (Buen Vivir, Ubuntu, etc.) abren nuevas posibilidades de intersección y de fecundidad entre lo mucho que queda de rescatable de la teoría crítica occidental (de matriz marxista) y estas otras epistemologías de matriz indígena. Pensamos en la fecundidad de esta articulación (nada fácil, por otro lado) más que en dualismos y disyuntivas estériles.

Habría otra derivada de este concepto sugerente de desbordamiento, en esta ocasión conectada con el pensamiento en torno a la acción colectiva impulsada por los movimientos sociales contemporáneos. En este sentido, Lance Bennet y Alexandra Seberger (2012) son los firmantes de una serie de investigaciones que han aportado nuevos conceptos para pensar lo nuevo que está surgiendo en las movilizaciones actuales. Hablan de la confluencia de la *acción colectiva* tradicional con la nueva *acción conectiva*:

A medida que llegamos al fin de la acción conectiva del espectro organizacional, el impacto de las estructuras sociales cambiantes (por ejemplo, la separación de los individuos de las organizaciones e instituciones) se vuelve más evidente: ni las preferencias de identidad de los participantes ni el papel de la comunicación en los movimientos se explican adecuadamente en las perspectivas de los movimientos heredados basados en la organización. El final del espectro del movimiento que llamamos “acción conectiva facilitada por el público” se caracteriza por movilizaciones a gran escala que tienen poca organización central, pocos líderes formales, poco camino recorrido en cuanto a coaliciones negociadas y unos marcos de acción que son inclusivos e individualizados, tales como “Somos el 99 por ciento” que envolvió al espíritu de Ocupa Wall Street, o “¡Democracia Real Ya!” en las protestas de los “indignados” españoles del 15-M (Anduiza y otros, 2013, en Bennett y Segerberg, 2014).

La centralidad de las comunicaciones impulsadas desde las estructuras formales de una determinada organización social o política conviven con las comunicaciones gestadas informalmente por ciudadanos en torno a la misma causa, sin el control ni las directrices de campaña emanadas desde la estructura organizada del movimiento. Esta implicación comunicativa, manifestada a través

de *memes*, virales, remix, redes sociales virtuales, entradas en blogs, etc. del ciudadano que se siente “conectado” a una causa pasa a marcar el protagonismo a la hora de expandir los restringidos límites de influencia de las comunicaciones en formatos clásicos de los movimientos sociales y partidos.

Este desbordamiento comunicacional de la nueva *acción conectiva* guarda similitudes con la mirada de autores como Alberto Melucci en torno al posible papel de los movimientos sociales. Melucci apunta a la necesidad de cambiar los códigos (*Challenging codes. Collective Action in the Information Age*, 1996) desde los que in-formar y encuadrar la realidad, de modo que se abran las puertas para pensar y actuar sobre la realidad desde otros enfoques más fecundos y transformadores. En un sentido convergente apunta Imanol Zubero, para quien los movimientos sociales actúan, “a la manera de una horma, ensanchando el espacio cultural de las sociedades, mostrando las radicales insuficiencias derivadas de la “cultura normal”, del marco cultural dominante, que llegado a un determinado momento se convierte en obstáculo para descubrir y aprovechar las posibilidades de transformación contenidas en la realidad” (Zubero, 2004). Sugerente metáfora la del ensanchamiento de la horma del zapato, que sale al encuentro de la metáfora del *desbordamiento* apuntada aquí, para enriquecerse y complementarse mutuamente.

V

Nuestras reflexiones en torno a los desbordes comunicativos contemporáneos tienen lugar en el marco del proyecto de I+D del MINECO (Ministerio de Economía y Competitividad) CSO2014-52005-R (2015-2017) titulado “Evaluación y monitorización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España: diseño de indicadores para la medición de su incidencia social”.

Desde los primeros compases del proyecto constatamos una situación paradójica. Por un lado, fuimos conscientes de los límites de conceptos como “desarrollo” y “cambio social” a la hora de pen-

sar la riqueza de los procesos sociales y comunicacionales en los que queríamos focalizar nuestra atención. Sobre estos conceptos, además, se concentra un buen número de críticas en relación a su génesis y derivas eurocéntricas y colonialistas, en la línea apuntada por el profesor Chaparro en sus investigaciones (2015). Pero, al tiempo, también éramos conscientes de que, a pesar de estos límites, el campo de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) ofrece unos marcos más abarcadores para pensar el papel estratégico de la comunicación en clave de justicia social. Al menos si se compara a la CDCS con los enfoques que han dominado en las organizaciones sociales y en la investigación española a la hora de pensar la comunicación impulsada por los movimientos sociales, ONG y ciudadanía activa (Marí, 2013), miradas reduccionistas como el enfoque periodístico y el enfoque publicitario.

Entre las muchas definiciones posibles del campo, optamos por una aproximación lo suficiente abierta y precisa. En esta línea, tomamos como referencia la propuesta de Enghel (2011), para quien la Comunicación para el Desarrollo (Servaes, 1999, 2002) y la Comunicación para el Cambio Social (Gumucio-Dagrón y Tufte, 2006) son diferentes aproximaciones para denominar y caracterizar un campo relacionado con el papel de la comunicación en los esfuerzos estratégicos para superar los problemas sociales colectivos.

El campo vive una auténtica “batalla por las etiquetas”, como apunta el investigador francés Benjamin Ferron (2012): comunicación ciudadana, alternativa, comunitaria, popular, contrahegemonía...son algunos de los términos que componen un largo listado de categorías en disputa. La situación se complejiza si, como apunta en otro lugar este mismo autor (Ferron, 2017) el campo de la investigación asume acríticamente *categorías militantes* utilizadas por los propios activistas pero no cribadas académicamente con el necesario rigor. Más aún si se observa cómo el campo de la “comunicación alternativa” está acogiendo a un buen número de investigadores/as jóvenes que inician sus carreras investigadoras en un “campo”-en el más puro sentido apuntado por Pierre Bordieu- que no está tomado por investigadores senior del

mismo modo que ocurre con campos o subcampos de la comunicación con más tradición y peso. Un proceso que puede ser leído de un modo ambivalente, y que solamente en el medio y largo plazo permitirá evaluar la solidez y fortaleza de los embates críticos que en la actualidad vienen acompañados de motivos, argumentos y pasión, quizá no siempre lo necesariamente sedimentados.

El conjunto de autores y autoras que forman parte de este trabajo da cuenta de lo abierto de este debate. De este modo, será el lector quien, tras la lectura del libro, tenga que hacer la necesaria síntesis a partir de las diversas aportaciones. Bajo la diversidad de encuadramientos teóricos, perspectivas, contextos y culturas académicas hay también unidad en torno a presupuestos fundamentales. No es, la nuestra, una propuesta ecléctica, ni nos sumamos a ese postmodernismo celebrativo del que habla Sousa Santos (2008) que se olvida de las desigualdades sociales a la hora de pensar la realidad. En los diferentes capítulos emerge una mirada social a la comunicación que se esfuerza por analizar lo nuevo que hay en las iniciativas de los movimientos sociales y de la ciudadanía activa de hoy en día. Hay un descubrimiento y una valorización de lo social a la hora de pensar lo comunicacional, algo que podría sonar a obvio pero que, viendo la historia de la investigación en comunicación, se descubre que ha habido varios periodos donde lo social se ha visto desplazado, cuando no anulado.

Tras este primer capítulo dedicado a los desbordes comunicativos el libro continúa con la aportación de *Cicilia M. Kroling Peruzzo*. Ella es una investigadora brasileña de una dilatada trayectoria, con un merecido reconocimiento en el ámbito latinoamericano. Hasta hace poco tiempo ha sido profesora del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Metodista de Sao Paulo, Brasil. Entre otros puestos académicos ha coordinado el grupo de trabajo (GT) sobre “Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía” en la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC). Su texto, titulado “Comunicación popular y conocimiento en los movimientos sociales rurales: el adiós al modelo de “difusión de innovaciones” entronca con la corriente de la comunicación popular y, al tiempo,

actualiza sus propuestas a partir de varios estudios de caso tomados de la realidad brasileña actual. La inclusión de este trabajo es, por tanto, una invitación a conectar los desbordes comunicativos actuales con los debates históricos de la comunicación popular y con los procesos sociales colectivos que toman forma en otros contextos como el brasileño.

A continuación se encuentra el texto de *Javier Erro, Lohitzune Zuloaga y Juan Pagola*, investigadores del proyecto de I+D anteriormente citado. Erro y Zuloaga investigan desde la Universidad Pública de Navarra, y Juan Pagola lo hace desde la Universidad de Deusto, en su campus de Donostia/San Sebastián. Ellos se han encargado de realizar el estudio de caso que sustenta el capítulo titulado “El papel de los Foros de Comunicación, Educación y Ciudadanía en el debate sobre la Comunicación para el Cambio Social”, para analizar el papel que estos foros cumplieron en la cristalización de una *mirada comunicacional a la comunicación* (Erro) en el contexto español, alejada de esa otra *comunicación mercadeada* (expresión utilizada también por Javier Erro) concebida y orientada por fines instrumentales como la recaudación de fondos o la captación de voluntariado.

En cuarto lugar, el lector se puede encontrar con el capítulo titulado “El caso IEPALA: una comunicación crítica y transformadora al servicio de los pueblos y los derechos humanos”, firmado por el profesor de la Universidad Complutense de Madrid Carlos Peláez Paz. En este texto se reconstruye, desde una perspectiva comunicativa, el recorrido realizado por el Instituto de Estudios Políticos para América Latina (IEPALA) en el campo del desarrollo y del impulso de la justicia social en España y en diversos lugares del continente latinoamericano y africano.

En quinto lugar, y cerrando esta primera parte del libro dedicada a los desbordes teóricos en el campo de la comunicación, está disponible el texto de Cristina Sala titulado “Medir la comunicación desde una perspectiva de cambio social y paz: propuestas pluralistas, análisis de marcos y enfoque sistémico”. La autora firmante, vinculada a la Universidad Oberta de Cataluña (UOC) y a la Universidad de Deusto, es una experta en el campo de la evaluación

en comunicación, comunicación para la paz y comunicación para el cambio social, con experiencia en trabajos de campo impulsados sobre estas temáticas en países como Colombia, Su artículo permite establecer puentes entre los debates teóricos del campo y la temática del proyecto de I+D que impulsa y promueve esta publicación.

Junto a este primer bloque del libro se ha estructurado una segunda parte dedicada, fundamentalmente, a presentar una serie de estudios de caso o de temáticas sociales específicas (cine, publicidad social) que sirven de complemento a la línea argumental principal de este libro. Esta segunda parte, titulada “Comunicación, Publicidad y Cambio Social”, se abre con el capítulo titulado “El relato feminista en la cultura popular digital actual: tensiones entre la racionalidad publicitaria y un enfoque político transversal”, escrito por las investigadoras de la UJI (Universidad Jaume I, Castellón) Eloísa Nos y Alessandra Farné. La primera de ellas (Eloísa Nos) se ha ido posicionando en el campo de la comunicación en España en el cruce entre las prácticas sociales y comunicativas de los movimientos sociales y las ONG (por un lado) y los aportes y las posibilidades de la publicidad social (por otro lado). En este sentido, su trabajo es valioso, entre otras muchas cuestiones, por el establecimiento de este puente referido, sin el cual sería más complicado pasar de enfoques tradicionales de la comunicación (en este caso, el enfoque publicitario entendido desde una perspectiva convencional) y enfoques más críticos y alejados de estas posiciones convencionales como pueden ser el de la comunicación popular o la comunicación para el cambio social. En el texto escrito para esta ocasión se abordan, además, los cruces de los aspectos indicados con la teoría feminista y con la comunicación y cultura popular presentes en el ecosistema comunicativo digital actual.

Tras este capítulo se da paso a tres aportaciones que aterrizan las reflexiones en casos o en aspectos específicos de la comunicación social. El primero de ellos es el texto firmado por el profesor de la Universidad de Cádiz José Berenguel, titulado “Imagen de la población “Sénior” en las agencias de medios españolas, una visión retrospectiva (2007-2013)”. Esta aportación es el resultado de la tesis

doctoral defendida por el autor sobre estas mismas temáticas, en la que estudia y problematiza los modos en los que las agencias de medios de España construyen la imagen del Séñior. En continuidad con el artículo anterior, el trabajo del profesor Berenguel permite ahondar en el campo de la publicidad con énfasis en lo social, para invitar a repensarlo (en este caso, lo social aplicado al campo de los Séñior) de un modo más complejo, plural, dinámico y crítico.

A este capítulo le sigue el firmado por Gonzalo Ceballos Castro, titulado “Publicidad y financiación en los medios comunitarios: el estudio de caso de Onda Color (Málaga)”. El autor disfruta de una beca predoctoral vinculada al proyecto de I+D referido en páginas anteriores. En este capítulo aborda uno de los frentes en los que ha estado realizando su trabajo de campo, esto es, el estudio de la radio comunitaria Onda Color, de Málaga. El texto le sirve para reflexionar en torno a la cuestión clave de la sostenibilidad económica de este tipo de proyectos, sin duda una de las tareas pendientes de las iniciativas comunicativas enraizadas en la ciudadanía. Las vías exploradas por Onda Color en relación a la publicidad y, en general, a la financiación del proyecto, permiten pensar sobre las dificultades y posibilidades de la viabilidad y sostenibilidad económica de una comunicación (la del denominado Tercer Sector) muchas veces asfixiada entre los recortes de la financiación pública, las legislaciones restrictivas y las reservas de la iniciativa privada a ceder parte de sus privilegios en el campo de la financiación publicitaria.

Este bloque se cierra, finalmente, con el capítulo titulado “La representación del éxodo rural como cambio social en el neorrealismo italiano: espacios y personajes de Rocco y sus hermanos (1960) y Los camaradas (1963)”, firmado por el profesor Valeriano Durán Manso, de la Universidad de Cádiz. El texto permite releer estas películas representativas de una de las corrientes fundamentales del cine de posguerra (el neorrealismo italiano) a la hora de repensar la comunicación desde sus vinculaciones con lo social. El éxodo y las migraciones al interior de Italia representadas en la película sirven como antecedente desde el que analizar procesos análogos que tienen lugar en nuestros días.

Como cierre y, al tiempo, como provocadora apertura e invitación a la continuidad de los debates aquí presentados, se encuentra el texto del profesor Manuel Chaparro titulado “¿Cuánta tierra necesita un hombre? La denuncia de las quimeras del desarrollo: un principio en el pensamiento decolonial”. El autor es una *rara avis* en el campo de la comunicación, en la medida en que compagina el pensamiento y la reflexión en materia de comunicación con la intervención social y comunicativa desde su trabajo al frente de la EMA-rtv (Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión) tanto en Andalucía como en diversos países latinoamericanos en los que implementa proyectos comunicativos (Bolivia, Argentina, Guatemala, entre otros). Tanto allá como acá ha desempeñado, y continúa desempeñando, un rol crucial en ambos terrenos, teórico y práctico. Son varios los países latinoamericanos que le han consultado, como asesor, a la hora de diseñar políticas de comunicación. En el territorio español y andaluz también ha desempeñado este papel, al tiempo que ha servido como “embajador” y difusor del pensamiento latinoamericano en comunicación, a través sus publicaciones y de los congresos organizados por la EMA-rtv. En ellos ha contado con la participación de investigadores e investigadoras de la talla de Rosa María Alfaro o Luis Ramiro Beltrán, entre otros.

Su capítulo no invita a concluir, sino a todo lo contrario, es una llamada provocadora a ir más allá en las ideas y debates presentados en el conjunto del libro. No cabe duda de que el profesor Chaparro, en los últimos tiempos, está “agitando el campo” de la comunicación en España y en Latinoamérica, para invitar a reflexionar sobre los paradigmas convencionales desde los que se piensa la comunicación, en su cruce con el desarrollo y el cambio social. Unas etiquetas que somete a una profunda crítica, desde su recorrido teórico y práctico, con el fin de pensar más y mejor en lo nuevo que está naciendo en esas prácticas emancipatorias enraizadas en el Sur de aquí y de allá.

Esperamos, por tanto, que el conjunto de estas lecturas permitan trasladar al lector, al menos, una parte de los trabajos que estamos impulsando desde este proyecto de I+D y los diversos eventos que

en su marco se ha ido organizando. En este sentido, el referente inmediato de este libro ha sido el I Congreso Internacional Eval-ComDev (Evaluación de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social), organizado en la Universidad de Cádiz (mayo de 2017). Allí nos dimos cita varios de los autores y autoras convocados en este texto, aunque los textos aquí presentados son una maduración y evolución de esos aportes, a los que se han sumado otros autores.

De todo este proceso se continúa dejando registro virtual en la página web del proyecto (congresoervalcomdev.com) y en el Canal de Youtube creado en torno al mismo (accesible desde la web del congreso). Estas dos son algunas de las diversas vías desde las que el lector/a podrá seguir las reflexiones presentadas en este volumen, que esperamos le sirvan para impulsar su pensamiento y su práctica transformadoras en materia de comunicación.

Bibliografía

- ALFARO, R. (2013): “Ciudadanía y medios: Veedurías desde la participación ciudadana”, en *Commons*, vol.2, nº 1: 2-20. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1233275>
- ANDUIZA, E., CRISTANCHO, C. & SABUCEDO, J. M. (2013). Mobilization Through Online Social Networks: The Political Protest of the Indignados in Spain. *Information, Communication & Society*, 17(6), 750-764.
- BARRANQUERO-CARRETERO, A. & SÁEZ-BAEZA, C. (2015). Comunicación y buen vivir. La crítica descolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. *Palabra clave*, 18(1).
- BENNETT, W. L. & SEGERBERG, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739- 768.
- BENNETT, W. L. & SEGERBERG, A. (2014). De los medios de comunicación de masas a las redes sociales. *Revista TELOS*, 98, 58.
- CHAPARRO, M. (2012): “Viejos y nuevos paradigmas”, En J. Marques de Melo, E. Gonçalves y J.L. Bizelli (orgs.), *Comunicação para o des-envolvimento. Pensamento e ação*. Sao Paulo: Cultura Académica.

- CHAPARRO, M. (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos: la distopía del desarrollo*. Bogotá: Ediciones desde Abajo.
- CASTORIADIS, C. (1983). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.
- CHRISTIANS, C. G. (2015). Introduction: Ubuntu for journalism theory and practice. *Journal of Media Ethics*, 30(2), 61-73.
- DÍAZ BORDENAVE, J. (2012). La comunicación y el nuevo mundo posible. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1(1).
- ENGHEL, F. (2011). Communication, development and social change: future alternatives. Comunicación presentada en la ICA Conference (International Communication Association), Boston, EEUU.
- ERRO, J. (1999). “Las prácticas comunicativas de las ONGD. De la comunicación mercadeada a la construcción de una mirada comunicacional”, en *Directorio de ONGD 2000*, CONGDE, Madrid, 1999, pp. 51-72.
- FERRON, B. (2012): *Les répertoires médiatiques des mobilisations altermondialistes (Mexique- Chiapas, Israël/Palestine, 1994-2006). Contribution à une analyse de la société transnationale*. Thèse de doctoral. Rennes: Université Rennes.
- FERRON, B., y GUEVARA, E. (2017). Sociología política de la “Comunicación para el Cambio Social”: pistas para un cambio de enfoque. *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, 6(1), 45-62.
- FREIRE, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI.
- GARCÍA ROCA, J. (2001). *En tránsito hacia los últimos: crítica política del voluntariado*. Cantabria: Sal Terrae.
- GUMUCIO, A. (2001). *Haciendo olas. Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*. New Jersey. CFSC Consortium.
- GUMUCIO, A. y TUFTE, Th. (2006) (eds.). *Communication for Social Change Anthology: Historical and Contemporary readings*. New Jersey: Communication for Social Change Consortium.
- KAPLÚN, M. (1986). *El comunicador popular*. Humanitas: Buenos Aires.
- KROHLING PERUZZO, C. (2001). Comunicación comunitaria y educación para la ciudadanía. *Signo y Pensamiento*, 20 (38), 82-93.

- MARÍ, V.M. (2010). “La comunicación desubicada y las reubicaciones de la comunicación en la cultura”. *Periférica, revista para el análisis de la cultura y el territorio*, nº 11: 29-44.
- MARÍ, V.M. (2013). Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 2 (2), 40-64.
- MARÍ, V.M. (2016). *Comunicaciones ininterrumpidas*. Madrid: PPC.
- MARÍ, V.M. (2017). La Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social como respuesta y como propuesta para el Tercer Sector. Consecuencias estratégicas. *Documentación Social*, 184, 11-36.
- MARÍ, V.M. (2018). Análisis de los movimientos-red contemporáneos desde una perspectiva comunicacional y freiriana. Desbordamientos, transformaciones y sujetos colectivos. *Utopía y Praxis latinoamericana*, nº 81.
- MARQUES DE MELO, J. (2009). *Pensamiento comunicacional latinoamericano. Entre el saber y el poder*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones.
- MARTÍN BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MATOS MAR, J. (1984). *Desborde popular y crisis del Estado*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- McBRIDE, S. (1980). *Un sólo mundo, voces múltiples*. México: Fondo de Cultura Económica.
- McQUAIL, D. (1991). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Paidós.
- MELUCCI, A. (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. Cambridge: Cambridge University Press.
- NOS, E., IRANZO, A. y FARNÉ, A. (2012): “La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión”. *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 17, 209-237.
- REGUILLO, R. (2017). *Paisajes insurrectos*. Barcelona: Ned Ediciones.
- RICHARDS, M.; THOMAS, P. y NAIM, Z. (ed.) (2001). *Communication and Development. The Freirean Connection*. New Jersey: Hampton Press.
- RODRÍGUEZ VILLASANTE, T. (1994). De los movimientos sociales a las metodologías participativas, en J.M DELGADO., y J. GUTIÉR-

- RREZ, (eds.). *Métodos y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid. Síntesis.
- RODRÍGUEZ VILLASANTE, T. (2006). *Desbordes Creativos: estilos y estrategias para la transformación social*. Madrid: La Catarata.
- SERVAES, J. (1999). *Communication for development: One world, multiple cultures*. Hampton Press (NJ).
- SERVAES, J. (2002). *Approaches to Development Communication*. París: UNESCO.
- SOUSA SANTOS, B. (2008). *Pensar desde el Sur. Para una política emancipatoria*. La Paz: Plural.
- SOUSA SANTOS, B. (2014). *Epistemologías del Sur*. Madrid:Akal.
- TORRICO, E. (2016). *La Comunicación pensada desde América Latina*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones.
- VIDAL BENEYTO, J. (1979). *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- WILKINS, K. (2009): “What’s in a name? Problematizing communications shift from development to social change”, *Glocal Times*. Disponible: <http://ojs.ub.gu.se/ojs/index.php/gt/article/view/2580>
- ZUBERO, I. (2004). “Conocer para hacer: la tarea cultural de los movimientos sociales”, en Víctor M. Marí (coord.). *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*. Madrid: Editorial Popular.

Biografía

Víctor Manuel Marí Sáez
victor.mari@uca.es
Universidad de Cádiz

Licenciado en Ciencias de la Información (Universidad Complutense). Doctor en Periodismo (Universidad de Sevilla). Profesor Titular de la Universidad de Cádiz. Premio Extraordinario de Doctorado. Desde mediados de los 90’ trabaja en el Tercer Sector Audiovisual. Ha realizado trabajos para el Equipo de Comunicación Educativa (ECOE, Madrid), Hegoa, Paz y Tercer Mundo (Navarra) y Emartv, entre otras. Autor de más de treinta artículos cien-

tíficos en revistas nacionales e internacionales sobre comunicación, educación, participación y desarrollo. Autor de “Globalización, nuevas tecnologías y comunicación” (1999), “La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red” (2004), “Comunicar para transformar, transformar para comunicar” (2011) y “Comunicaciones ininterrumpidas” (2016). Es uno de los pocos investigadores españoles incluidos en la “Antología sobre Comunicación para el Cambio Social” (Alfonso Gumucio y Thomas Tufte eds., 2008). Dirige la revista académica *Commons* (Universidad de Cádiz) y el grupo de investigación “Comunicación y Ciudadanía Digital”. Es el investigador principal del proyecto del MINECO CSO2014-52005-R (2015-2017) “Evaluación y monitorización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España. Diseño de indicadores para la medición de su incidencia social” (2015-2017).

Comunicación popular y conocimiento en movimientos sociales rurales: el adiós al modelo de “difusión de innovaciones”

CICILIA M. KROHLING PERUZZO

Miembro de ALAIC

(Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación)

Introducción

Este texto va a tratar de una perspectiva crítica de la Comunicación en América Latina, aquella alineada con la comunicación popular, comunitaria y alternativa, o en otros términos, con la comunicación participativa, comunicación para la ciudadanía, o con la comunicación para el cambio social, para poner en valor expresiones ampliamente utilizadas para caracterizar ese fenómeno comunicativo en el continente latinoamericano. Bajo expresiones como estas se practica y se estudia la comunicación en el contexto de comunidades, movimientos sociales populares y otras organizaciones civiles sin fines de lucro, en sus luchas para cambiar situaciones de falta de respeto hacia los derechos humanos en las diferentes esferas de la vida social, las carencias de acceso a bienes de consumo colectivo (en educación, salud, etc.), las situaciones de discriminación de género y cultural, problemas de trabajo y renta, de participación política, etc. Por lo tanto, se trata de una mirada comunicacional que desarrolla formas y medios propios

de comunicación y los usa según sus propias visiones del mundo y necesidades de comunicar. Su praxis comunicacional se desarrolla desde una perspectiva distinta a la de los grandes medios de comunicación convencionales que, de manera general, están condicionados por las lógicas económicas del mercado capitalista y del juego de intereses políticos de clase, político-partidarios y político-gubernamentales del ejercicio del poder.

Sin embargo, dadas las limitaciones de este texto, no va a ser viable profundizar, al menos en este momento, en los conceptos, características y configuraciones generales de esta otra comunicación. No obstante, en el intento de entender la praxis comunicativa desarrollada, desde abajo, en los territorios estudiados, como esa perspectiva comunicacional estará presente, con la intención de confrontar brevemente la praxis organizativa comunitaria con los conceptos originales de la “comunicación para el desarrollo”. Los territorios a los que me refiero son las experiencias de desarrollo rural comunitario constituidas una en un área del semiárido del nordeste brasileño, donde actúa el Polo de Borborema (Borborema, estado de Paraíba). La otra experiencia de referencia será una comunidad de asentados, la COPAVI¹, en Paranacity, estado de Paraná, también en Brasil. Se trata de una parte de una investigación más amplia que intenta comprender las configuraciones de los movimientos sociales populares y su praxis comunicativa en la actualidad, con la intención de entender las relaciones entre ellos, así como la comunicación, el desarrollo comunitario y la reducción de las desigualdades.

De este modo, parto de la siguiente pregunta: ¿cómo ocurre el proceso de renovación del saber popular y de los patrones tradicionales de uso de una “comunicación para el desarrollo” en otra comunicación, vinculada a los intereses y necesidades de los propios movimientos sociales? En este sentido el presente análisis tiene los siguientes objetivos: a) comprender las principales formas de organización popular/comunitaria de los trabajadores rurales (familias de agricultores); b) entender cómo la comunicación se involucra en actividades que conducen a cambios significativos en la vida de la gente que participa de las nuevas prácticas de tra-

bajo comunitario; c) identificar las formas y medios comunicativos interrelacionados con los procesos de generación del conocimiento colectivo y los sistemas de cooperación .

El estudio se basa en la investigación bibliográfica y documental, la observación directa y entrevistas en profundidad basadas en relatos de prácticas (Bertaux, 2005) junto a líderes comunitarios. (Por una cuestión de límites de espacio no incluimos las transcripciones íntegras de estas entrevistas).

1. Breve fundamentación teórica

Desde el punto de vista conceptual, esa otra comunicación –la comunicación popular, comunitaria y alternativa- nace principalmente a partir de dos matrices teórico-epistemológicas: 1) La primera perspectiva teórica se inspira en el concepto de ciudadanía, y se caracteriza por la utilización de modo conjunto de los tres términos –comunicación “popular”, “comunitaria” y “alternativa”- o por el uso de alguno de estos tres términos, dependiendo del contexto de las prácticas sociales y de las bases teóricas que las inspiran. En sentido más amplio, son prácticas conocidas (y reconocidas), en Brasil y en algunos países de América Latina, como de “comunicación y ciudadanía”, “comunicación para la ciudadanía” o “comunicación para la transformación social”. En el fondo, se trata de una comunicación comprometida con los movimientos sociales y organizaciones de base popular sin fines de lucro, que se orienta al cambio de la realidad entendido en el sentido de profundizar y ampliar la conquista de los derechos de la ciudadanía. 2) La segunda perspectiva teórica es más usada desde la praxis de la “comunicación para el cambio social”, expresión usada desde los años 2000 en muchos países de América Latina y Europa para caracterizar procesos similares de comunicación, en comunidades y movimientos sociales. Nos referimos a la línea teórica que proviene de las concepciones de desarrollo, entendido éste como un proceso de cambio deseable desde un tipo de (sub)desarrollo –o de precarias condiciones de existencia-, a otro, a través de la bús-

queda de soluciones a problemas socio-económicos locales. En este ámbito, originariamente, se gestó la llamada “comunicación y desarrollo”, en un contexto de interés por la “modernización” de las sociedades. Más tarde esta perspectiva será reformulada como “comunicación para el cambio social”. No obstante, las dos expresiones continúan estando vigentes en diferentes países, unas veces empleadas con sentido diferente y otras no.

La primera perspectiva teórica ha sido más usada, entre otros países, en Brasil y Argentina, pero la segunda impregnó la investigación de esa otra comunicación en la mayoría de los países de América Latina y de otros continentes, como Europa, África y Asia. Hoy en día ambas perspectivas teóricas pueden referirse, en última instancia, a un mismo proceso: el de la comunicación desde segmentos organizados de la sociedad civil como los movimientos sociales, organizaciones populares y comunidades. Pero históricamente -en la década de los cincuenta y siguientes- las matrices conceptuales de la segunda perspectiva fueron marcadas por una posición epistemológica distinta, bajo la denominación “comunicación y desarrollo”. O sea, la comunicación y desarrollo, o comunicación para el desarrollo, nace con unos propósitos diferentes a los que acabamos de presentar para la comunicación para la ciudadanía y la comunicación para la transformación social, en cuanto formas de comunicación liberadoras frente a realidades concretas de opresión.

La propuesta de la “comunicación y desarrollo” surge en la literatura a mitad del siglo XX (finales de los 40 y durante los 50) con un sentido instrumental: el objetivo era usar los medios de comunicación como instrumentos de diseminación de informaciones, ideas y valores favorables al desarrollo capitalista, basado en los patrones de los países occidentales, entonces “desarrollados”, como Estados Unidos y países de Europa. Además del cumplimiento de los programas de desarrollo de instituciones gubernamentales y privadas implementados, los medios de comunicación actuarían como mediadores para persuadir a las poblaciones a favor del desarrollismo, y para la difusión de innovaciones tecnológicas, productos y costumbres. La teoría de la modernización es

la que está de fondo, la cual defiende como necesario “modernizar” las sociedades basándose en la concepción del desarrollo como progreso, y del progreso como desarrollo económico y tecnológico. Para esta concepción de desarrollo las naciones que no han alcanzado los patrones de desarrollo de los países ricos –tenidos como desarrollados– serían subdesarrollados –o periféricos– y, para salir de esa situación deberían seguir los modelos de industrialización de los países centrales y adoptar sus tecnologías y patrones de producción y consumo. En otras palabras, el presumible desarrollo de las naciones pobres sería una consecuencia de la modernización de los sistemas de producción, circulación y consumo de bienes a través de la industrialización. En el campo, por ejemplo, la promesa era la mecanización agrícola, el uso de productos químicos (insecticidas, herbicidas, abonos, etc.) y el uso de semillas modificadas como solución a los problemas y como medida para el aumento de la productividad. Sin embargo, la estrategia de fondo fue la expansión del capital y del mercado capitalista monopolista en favor de las grandes corporaciones norteamericanas y europeas. Lo que se verifica es la expansión de las tecnologías –no la transferencia del *know how*–, los productos y servicios.

En el centro de esa estrategia también se difunde, de algún modo, una posición epistemológica, una visión del mundo etnocéntrica, que jamás reconoció, como algo digno de ser respetado, el sentido de las culturas y el tipo de conocimiento y desarrollo de los países donde intervinieron. Al contrario, esos pueblos fueron vistos como atrasados, cuyas tradiciones dificultaban el desarrollo y, por tanto, había que cambiarlas. No consideraban que el problema podría estar en el modelo difusionista. La estrategia no era desarrollar esos países sino expandir el capital en provecho de los países desarrollados, empezando por Estados Unidos. Como dijo Paul Baran (1964), los “principales impedimentos del desarrollo no son la falta de capital y de capacidad gerencial, como sustentan los teóricos de la modernización, sino más bien (...) que el desarrollo del centro determina y perpetua el subdesarrollo de la periferia” (Servaes, 2004: 31). En este mismo sentido, para Celso Furtado (1973: 8), el subdesarrollo es una

creación del desarrollo: además de servir a la lógica de producción de los países centrales genera dependencia respecto del capital extranjero.

Además de no tener en cuenta a las culturas locales ni sus especificidades, el modelo difusionista no respeta el medio ambiente, la salud del trabajador ni tampoco la salud pública, pues los agrotóxicos son un fuerte componente de esa política. Ciertamente, junto con las innovaciones tecnológicas y técnicas, los impulsores de este modelo difundieron una cultura socio-política a través de nuevas visiones del mundo, además de despreciar el conocimiento local. La publicidad, las noticias y las películas difundidas por los medios contribuyeron a esos propósitos, del mismo modo que lo hicieron las informaciones institucionales transmitidas por los técnicos de organismos públicos y privados.

En síntesis, en un primer momento, la comunicación para el desarrollo estuvo asociada y al servicio de la difusión de innovaciones. Fue vista como algo importante para instrumentalizar – informar, convocar, “difundir ideas”, “ampliar horizontes”, “cambiar actitudes”, “ayudar a formar gustos” (Schramm, 1976)–, con la intención de facilitar la implementación de políticas y prácticas de programas de desarrollo basados en la promesa del progreso. Como hemos apuntado, se trata de una estrategia ligada a la modernización e industrialización, que comenzó por la agricultura, con la introducción de la mecanización y el uso de productos químicos acompañados del incentivo del agronegocio.

Los ilustres exponentes de este enfoque teórico, los pioneros Everestt Roger, Daniel Lerner y Wilbur Schramm, dejaron unos conceptos de comunicación y desarrollo² que influyeron en las prácticas e investigaciones posteriores alrededor del mundo. Schramm incluso tuvo su propuesta de comunicación para el desarrollo adoptada por la ONU tras la Segunda Guerra Mundial (1945). Él creía que “los medios de comunicación tenían el papel de acelerar el desarrollo económico, superando etapas en el proceso de socialización cultural” (Pezuzzo, 2014: 16).

En definitiva, ese modelo de desarrollo que tanto se expandió en diferentes continentes dejó huellas dañinas. Si, por un lado, benefició y enriqueció algunos sectores, por otro lado provocó el empobrecimiento de gran parte de las poblaciones locales, además de la destrucción del medio ambiente, el aumento de la polución y de los riesgos para la salud pública.

Siguiendo el ejemplo del movimiento de los “países no alineados” surgieron reacciones en diversos frentes. Este es el caso del proceso de discusión que generaron los estudios sobre el Orden Internacional de la Información (OII) y los estudios sobre la propuesta de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). En este sentido, uno de los documentos más significativos de las investigaciones hechas a nivel internacional fue el Informe MacBride (*Un solo mundo, voces múltiples*)³ que finalizó en 1979.

A nivel global, y con gran participación de la ONU, se realizaron conferencias internacionales, trabajos en comisiones, convenciones (Biodiversidad, Agenda 21, etc.), que sirvieron para la formulación de nuevas propuestas de desarrollo: humano, endógeno, local, sostenible, integral, participativo, entre otros términos. Incluso se llegó a hablar de otro desarrollo.

Entonces, como la comunicación implica “tipos” de desarrollo y un debate sobre el desarrollo en determinado tiempo, fueron surgiendo concepciones derivadas de esas propuestas diferenciadas de desarrollo. Hasta tal punto que desde los 80 y 90 aparece, por lo menos en Brasil, la propuesta de “comunicación para la ciudadanía”, y en los 2000, en otros países de América Latina, se resignifica la “comunicación y desarrollo” como “comunicación para el cambio social”, a pesar de que las prácticas sociales avanzaran en el sentido de “otro desarrollo”, o sea, bajo la misma denominación tradicional.

No obstante, es necesario reconocer que todas esas propuestas siguieron la perspectiva del desarrollo occidental, es decir, sin desplegarse de las ideas incrustadas en el modelo de desarrollo de los países ricos (Silva, 2011). La propuesta que, a finales de la primera década del siglo XXI, viene a dar señales de intentos de cambio

de esta perspectiva, es la del *buen vivir* (Schavelzon, 2015; Esteva, 2009), o en otros idiomas *bem viver* (portugués), *sumak kawsay* (quechua) o *sumaj qamaña* (aymara).

Regresando a la cuestión de la comunicación para el cambio social, Amparo Cadavid aclara que no se trata de “una nueva manera de llamar a un concepto antiguo, sino un nombre nuevo para una nueva comprensión de la fuerza y capacidad que tiene la comunicación desde el pueblo” (2014: 41). Sin embargo, esta no es una visión unánime. Victor Marí considera que el debate entre *comunicación para el desarrollo* y *comunicación para el cambio social* es “estéril, en la medida en que, en palabras de Florencia Enghel [...], son expresiones inadecuadas e insuficientes para abordar problemas que tienen naturaleza socio-política” (2016: 160). Para Marí (2016) y Chaparro (2015: 77), “el problema fundamental de la denominación ‘cambio social’ reside en que el significado de la palabra ‘cambio’ no se mueve en una dirección concreta y puede ser promovido desde muchas posiciones dentro del espectro ideológico”. De cualquier modo, los aspectos centrales de la propuesta teórica de la comunicación para el cambio social, según Alfonso Gumucio-Dagron (2014), se inscriben en la participación democrática, la horizontalidad de las decisiones, la valoración de las identidades y la cultura, y en las relaciones dialógicas.

En este sentido, los conceptos de la comunicación popular, comunitaria y alternativa se entrecruzan con los de la comunicación para el cambio social. Esa otra comunicación, en definitiva, expresa el protagonismo de segmentos poblacionales descontentos con la realidad opresiva del barrio, las condiciones de trabajo, el acceso a la tierra, la discriminación social, los problemas de la juventud y de la infancia, etc. en sus luchas para la conquista de los derechos humanos y de ciudadanía, y para la transformación de la realidad.

Como complemento a la reflexión que venimos apuntado que-remos hacer referencia a la noción de *antroponomía* de Daniel Bertaux. Este autor habla de antroponomía para explicar cómo se lleva cabo “la distribución de los ‘individuos’, o mejor, de los seres

humanos, en los niveles y lugares definidos en la estructura de clase” (Bertaux, 1979: 50).

Se comprende que hay una tendencia a la reproducción de las condiciones de clase en las sociedades, o sea, que el hijo de un obrero o de un agricultor trabajará como obrero o agricultor; y si cambia de papel, continuará en algo similar, pues fue “producido” en cuanto trabajador para un determinado nivel de trabajo. En ese proceso se construye todo un modo de pensamiento favorable a la resignación a las condiciones de subordinación más amplias, que parecen inevitables. Las raras excepciones, cuando uno u otro consiguen estudiar en universidades y ejercer otras profesiones, no llegan a cambiar la estructura en sí, pues esta permanece intacta debido a las relaciones de producción que la determinan.

Entre los sistemas de reproducción de las condiciones de clase, los principales son la familia, la escuela y el mercado de trabajo, ya que estos materializan relaciones de producción, distribución y consumo de seres y energías humanas. Se trata de la “producción de seres humanos, no en cuanto seres biológicos, sino como seres sociales” (Bertaux, 1979: 56).

Un ejemplo de las implicaciones de ese modo de reproducción social se observa en el hecho de que son “los trabajadores que ejecutan los trabajos más duros los que reciben los peores salarios, e inversamente. Pero esta referencia al mundo de los salarios no es nada en comparación con las rentas del capital, que muy claramente no tienen relación con el trabajo –o digamos mejor, la actividad de los agentes directos del capital–. Entre producción y consumo están intercaladas las relaciones de distribución: el trabajador no recibe, en mercancías, el equivalente a lo que proporcionó como trabajo” (Bertaux, 1979: 60).

Esta situación es visible en las relaciones de producción en el ámbito del agronegocio, donde existe la contratación de trabajadores que reciben salarios bajos y no tienen perspectivas de cambios significativos en su situación.

A continuación vamos a ver cómo se trasladan esas relaciones en los casos analizados, ya que los protagonistas de ellos se carac-

terizan por ser pequeños propietarios de tierras o socios de una cooperativa de propiedad colectiva.

2. El impuso de otro desarrollo desde las prácticas

2.1 Aspectos contextuales

Borborema es una región del nordeste de Brasil en el estado de Paraíba, con un área de 3.341,70 Km², compuesta por 21 municipios y una población de 671.244 habitantes, de los cuales 143.258 viven en la zona rural, lo que corresponde al 21,34% del total. En la zona rural se concentran 24.725 miembros de familias de agricultores, y 1.661 familias asentadas (del MST⁴) y tres comunidades *quilombolas*⁵ (O Território, s.f.).

FIGURA 1: MAPA DE BRASIL – ESTADOS/REGIONES



FUENTE: <https://www.estadosecapitaisdobrasil.com/imagens/mapas-brasil/mapa-politico-brasil.jpg>

FIGURA 2: LOCALIZACIÓN DEL POLO DE LA BORBOREMA (ESTADO DE PARAÍBA)



FUENTE: <http://aspta.org.br/category/videos/?programas=programa-paraiba>

Para esta investigación se delimita la parte en la que actúa el *Polo Sindical de Borborema*⁶, una organización que opera en 15 (75%) de los 21 municipios del territorio. Está formada por una red de Sindicatos de Trabajadores y Trabajadoras Rurales –no obstante, no son todos los que hay, ya que aún existen aquellos que actúan según los patrones del sindicalismo rural tradicional,- y aproximadamente 150 Asociaciones Comunitarias. El *Polo* cuenta con la asesoría de varias ONG como Articulación Semiárido (ASA)⁷ y AS-PTA- Agricultura Familiar e Agroecológica⁸.

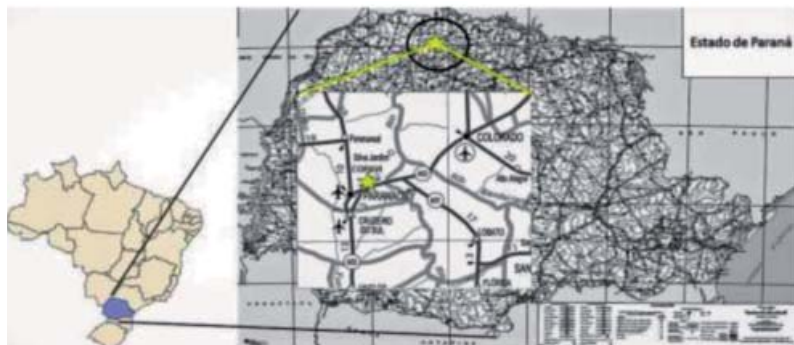
El territorio de Borborema se ubica en una región del semiárido del nordeste brasileño, también identificada como *Sertão* (desierto), debido a las condiciones de clima seco y caliente en la mayor parte del año. A esta configuración geográfica se suman otros factores como la concentración de propiedad de la tierra y la difusión de políticas que ayudaron a generar condiciones de desgaste de la tierra –en parte debido al uso permanente de agrotóxicos-, el agotamiento causado por los monocultivos y la extracción discrecional de recursos hídricos. El Polo de Borborema y los sindicatos que lo conforman crearon formas colectivas de organización y prácticas comunitarias, además de estar comprometidos con la promoción de la agricultura familiar basada en la agroecología, que genera mejoras en la calidad de vida.

Lo que explica este tipo de sindicalismo son los cambios desarrollados desde los 80 e inicios de los 90, cuando los sindicatos dieron “mayor énfasis a un proyecto novedoso de promoción del desarrollo

llo rural, orientado al fortalecimiento de la agricultura familiar” (Nunes, 2010:3), en relación a las principales tesis antes defendidas: la exigencia de una reforma agraria y los derechos de los trabajadores (unas políticas que, no obstante, no se abandonan). Se incorpora también la aceptación y defensa, a través de la apropiación y el reconocimiento, de los saberes ancestrales campesinos potenciados por la asesoría y los conocimientos técnicos de organizaciones no gubernamentales y otras instituciones. En definitiva, hablamos de un contexto del semiárido en el que las luchas principales “[...] siempre fueron por tierra y agua” (Tubino, 2013:2).

En relación a la *Cooperativa de Produção Agropecuária União da Vitória* (COPAVI), se trata de una comunidad autogestionada originada en uno de los asentamientos del *Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra* (MST)⁹. Está ubicada en Paranacity, al noroeste del estado de Paraná, al sur del país, a casi quinientos kilómetros de Curitiba, capital del estado. Originariamente (en 1993), una hacienda, entonces improductiva, fue ocupada por militantes del MST, la hacienda “Santa María”, de 236 hectáreas. Estos habían perdido sus tierras debido a las hipotecas bancarias realizadas como garantía de préstamos en la época del desarrollismo, incentivados por el gobierno militar en el contexto de la estrategia de modernización e industrialización del país, según los parámetros de la expansión del capital internacional que hemos presentado en el inicio del presente texto.

FIGURA 3 – ESTADO DE PARANÁ - LOCALIZACIÓN DE LA COPAVI



FUENTE: Sistema de carreteras de Brasil

La COPAVI¹⁰ adopta la propiedad colectiva pues, como hemos dicho, es un asentamiento de trabajadores rurales ligados al MST. No obstante, también está formado por agricultores familiares. Cada familia (en torno a 20) recibe un pequeño espacio de tierra donde tiene su vivienda, pero la tierra de cultivo y los espacios de producción son colectivos. La COPAVI se define como un emprendimiento de Economía Solidaria, pero en verdad es una comunidad donde hay identidades políticas e ideológicas, intereses compartidos y un alto nivel de participación de todos, tanto en el trabajo como en el poder de decisión. Está organizada para el trabajo y la gestión colectiva desde el punto de vista de la auto-gestión. Todo el producto del trabajo es compartido de forma equitativa y existe una alternancia en las funciones de producción y gestión.

2.2 Cambios desde el punto de vista de las prácticas

Antes de hablar de los cambios, presentamos brevemente los aspectos centrales de las formas de organización y estrategias de actuación adoptadas por cada una de las experiencias abordadas en este texto. Ambas desarrollan programas que involucran, en el caso del Polo de Borborema, a los agricultores propietarios de pequeños terrenos donde trabajan de forma independiente para la propia supervivencia; y en la Copavi, también se involucra a agricultores, pero en un terreno de propiedad colectiva donde trabajan de forma cooperativa para extraer recursos para el sustento propio.

En concreto, en el Polo de Borborema los programas a los que nos referimos son: Agroecología (Banco de Semillas; generación de fertilizantes e insecticidas naturales); recursos hídricos (construcción de cisternas - P1CM¹¹ y P1+2¹²); Fondo Rotativo Solidario (para la cría de animales, construcción de fogones ecológicos, de cisternas, etc.); Salud y alimentación (huertas case-ras, frutales, producción sin agrotóxicos); comercialización (Ferias agroecológicas, venta de alimentos para la merienda escolar); intercambio de agricultores, etc.

Cada programa tiene sus finalidades y cumple un papel importante en el conjunto. Por ejemplo, el Banco de Semillas es un

banco comunitario que reúne y distribuye semillas producidas por los propios agricultores, sin agrotóxicos, y distribuidas en la época de siembra. Se llaman “Semillas de la Pasión” porque representan una declaración de amor tanto hacia el saber de sus antepasados (herencia familiar), como hacia las especies que se adaptan mejor (adaptabilidad y productividad) a las condiciones de clima del semiárido. Con más de 60 unidades y desde hace más de cuarenta años, los Bancos de Semillas reservan y conservan semillas de frijoles, maíz, etc. en ambientes familiares para compartirlas posteriormente de forma gratuita entre los campesinos participantes del programa¹³. Desde el punto de vista organizativo cada familia contribuye donando una pequeña parte de su producción para después, en el momento de la siembra, recibir otra parte de semillas bien conservadas.

Esta estrategia es una alternativa y, a la vez, un rechazo a la oferta de semillas transgénicas de los programas gubernamentales de apoyo a la agricultura. Por lo tanto, es una forma de decir no a un programa de desarrollo heredado de los esquemas modernizadores y difusionistas antes mencionados.

Falta aclarar los aspectos que caracterizan a la organización liderada por el Polo de Borborema. Se trata de una organización sindical, pero de base comunitaria. Es una organización formada por familias de agricultores, dueños de pequeñas propiedades. Por lo tanto, el compromiso es con la agricultura familiar y con formas colectivas de organización frente a los problemas que afectan al mundo rural. Una de las conquistas es justamente la concreción de alternativas que posibiliten la supervivencia en el semiárido y, tal vez también, la reducción del deseo de emigrar.

En relación a la COPAVI, los programas desarrollados están organizados en los siguientes sectores: a) *Producción*: cultivo de la caña de azúcar (para fabricación de *Cachaça*¹⁴ y azúcar moreno), creación agropecuaria bovina (para producción de leche, yogurt y queso), cultivo de cereales, leguminosas y hortalizas, y producción de alimentos de panadería (elaboración de panes, dulces, galletas, etc.); b) *Apoyo* (servicios de administración, tecnología, comercio, etc.); c) *Comercialización*: venta de alimentos para la merienda es-

colar (panes, derivados de leche) y para el comercio local (azúcar moreno a granel, etc.), además de bebida destilada para exportación (*cachaça*).

Son programas ejecutados desde estrategias que son discutidas colectivamente e implementados a través de la participación activa de todos. Lo que se produce es para consumo de las familias. El excedente se dedica a la comercialización, cuyos recursos son destinados a la remuneración por el trabajo, a la manutención y a la ropa.

Como hemos aclarado anteriormente, la Copavi adopta un sistema organizativo formal de cooperativa de agricultores, pero actúa como comunidad que funciona mediante la autogestión. Por lo tanto, sin jerarquía, con participación activa de todos en todos los procesos de decisión, con alternancia de funciones (todos pasan por diferentes tipos de trabajo) y remuneración equitativa (aunque un poco mayor para el trabajo más pesado). También hay libertad de adhesión (es libre la permanencia o no como socio de la cooperativa).

Hay una clara opción por la producción agroecológica, tanto para proporcionar alimentos saludables para ellos mismos como para ofrecer productos de buena calidad a la sociedad.

Los cambios en la realidad de ambas experiencias son muy significativos, a distintos niveles: en términos de superación de dificultades (pobreza, tierras desgastadas, cultura machista e individualista, estereotipos, etc.), en la mejoría en la calidad de vida, en el desarrollo organizativo de base popular, en la re-significación y generación de conocimiento, en la producción agroecológica, en el papel activo de la mujer, en la creación de carácter colaborativo y comunitario, así como en los cambios en la construcción de conocimiento y en la comunicación.

3. El adiós al “modelo” de difusión de innovaciones

Las experiencias del Polo de Borborema y de la COPAVI representan un cuestionamiento de las premisas y estrategias de la teoría de la moderniza-

ción, y la consecuente estrategia de difusión de innovaciones desde occidente a América Latina, que en Brasil ganaron impulso desde el año 1960 bajo la dictadura militar (1964-1985). Primero, porque son expresiones de negación del agronegocio¹⁵, al instituir la agricultura familiar y la producción agroecológica. En contraposición al monocultivo de algodón, tabaco, caña de azúcar, soja, etc., al uso de productos químicos y a la exportación de materia prima por parte de grupos económicos—incluso del capital extranjero—, se maneja, a partir de núcleos familiares (pequeña propiedad privada o propiedad colectiva), varios tipos de cultivo con la finalidad principal de producir alimentos. Además de desarrollar sistemas de fertilización de la tierra y de insecticidas naturales con recursos de la naturaleza de cada región. En lugar de semillas transgénicas proporcionadas por grandes empresas, se rescatan semillas nativas, libres de productos químicos. En lugar de la compra de semillas o el uso de semillas donadas por programas gubernamentales se distribuyen gratuitamente por el sistema de cooperación mutua de los bancos de semillas comunitarios. En segundo lugar, porque esas experiencias, al mismo tiempo que cuestionan un “modelo” de desarrollo, también explicitan que es posible la construcción de alternativas concretas de desarrollo comunitario. Un desarrollo participativo cuyos beneficios vuelven a los sujetos que los generaron y, además, implica un respeto a la naturaleza—ya que es agroecológico y, por lo tanto, sin destrucción del medio ambiente, algo que sí ocurría como en el sistema del enfoque modernizador basado en el desarrollismo.

Respecto a la Copavi, se puede agregar otro tipo de enfrentamiento al modelo tradicional: pone en jaque el sistema de propiedad privada¹⁶ al instituir la propiedad colectiva de la tierra en la cual viven y trabajan las familias agricultoras. Ante todo ese proceso de transformación, cabría preguntarse: ¿Cuál sería el nuevo “modelo” de desarrollo que se está construyendo? No es posible hablar de “modelo” de desarrollo, pero las experiencias se aproximan a las propuestas de un desarrollo participativo (Servaes, 1996; Peruzzo, 2014). Tienen una impronta local, son auto-sostenibles, trascienden lo económico, favorecen el crecimiento integral de las personas y son de carácter comunitario.

En resumen, en ambas experiencias se desarrolla la *cooperación* (entre sindicatos, asociaciones, agricultores y ONG, instituciones civiles, de organisa-

mos de los gobiernos federal y estatal, etc.); el *compartir* (construcción de cisternas, Banco de Semillas, Fondo Solidario, compartir productos y el rendimiento del trabajo, compartir conocimiento); la *participación activa* (abierta a todos y en diferentes instancias y proyectos) y el *respeto a las condiciones locales* (recuperación de la productividad de la tierra, valoración de especies nativas, soluciones a partir de recursos de la propia naturaleza).

4. ¿Cómo el desarrollo participativo repercute en la comunicación hecha desde abajo?

En la realidad estudiada -municipios como los de Areial, Esperança, Queimadas, Remígio, Solânea, Massaranduba y Montadas (Paraíba) y en Paracity (Paraná)-, la comunicación popular y comunitaria (se puede denominar de otro modo, como comunicación para la ciudadanía) se manifiesta así:

1º. Comunicación como proceso. *Proceso* en este texto es entendido como algo dinámico, de múltiples caras, insertado en las amplias dinámicas de movilización, organización y acción comunitarias. *Procesos* que incluyen a la comunicación como parte del todo como

(...) prácticas factibles de ser reconocidas como espacios de interacción entre sujetos en los que se verifican procesos de producción de sentido, de creación y recreación de significados, generando relaciones en las cuales esos mismos sujetos [protagonistas] se constituyen individual y colectivamente. Prácticas en las que intervienen los medios, como componente fundamental en una sociedad que denominamos 'mediatizada', como parte indiscutible del proceso de construcción de lo real, pero nunca como única variable (Vargas y Uranga, 2010: 85).

Por lo tanto, la comunicación se manifiesta como proceso y en los procesos socio-organizativos, como facilitadora de las relaciones colectivas, interpersonales, intra e inter grupales, como elemento que ayuda a tejer o coordinar las acciones¹⁷, como mediación en la educación informal y en las relaciones externas

con sectores del sistema educacional municipal y estatal, órganos públicos gubernamentales, etc.

En este contexto hay una dimensión educativa muy fuerte, donde las intersecciones entre Comunicación y Educación¹⁸ son visibles, las cuales están presentes a nivel de educación informal y no formal en ambas experiencias. Es una dimensión que se inserta en las dinámicas cotidianas. Por otro lado, en la Copavi se valora también mucho la educación formal, mediante la formación universitaria de jóvenes y adultos, y el refuerzo sobre lo que se enseña en las escuelas para los niños.

2°. Comunicación como diálogo. Paulo Freire (1977) critica la comunicación vertical (trasmisión de información y de saber) del ingeniero agrónomo hacia el agricultor, al intentar convencerlo para cambiar hábitos y tradiciones y adoptar los nuevos patrones en el trabajo con la tierra, según los parámetros ya comentados del difusionismo¹⁹ y su forma de modernizar el campo. En contraposición a ese tipo de invasión cultural, Freire propone la comunicación humana como diálogo, lo que implica reconocer al otro como sujeto y no como objeto. Ser dialógico, como dijo Freire (1977: 43), “es no invadir. Es no manipular, es no imponer. Ser dialógico es empeñarse en la transformación de la realidad”.

Así, cuando hablamos de la comunicación de los propios grupos, la comunicación dialógica -cara a cara, grupal y entre grupos e instituciones- es la más importante forma de comunicación existente en las experiencias estudiadas. Se trata de comunicación interpersonal, principalmente oral y presencial, que hace viable la diseminación de informaciones, el intercambio de saberes y la toma de decisiones. Un proceso insertado en la vida cotidiana que ayuda a movilizar la gente y, en última instancia, facilita la *coordinación de acciones*, como alta expresión comunicativa de la capacidad de resiliencia.

3°. Formas y medios de comunicación más comunes. Como hemos señalado, la comunicación interpersonal, grupal e intergrupal es de suma importancia en las realidades estudiadas. Esta ocurre tanto a través de contactos directos entre personas como en los encuentros grupales presenciales (reuniones, intercambio

de saberes e ideas²⁰, actividades de formación educativa y política, discusión de asuntos de interés local y orientación de propuestas, elaboración de planes, evaluación, etc.). No obstante, existen otras formas (Marcha de las Margaritas -manifestación colectiva contra el machismo-, poesías, etc.) y medios (canales) de comunicación que se mezclan. Además de teléfonos móviles y *smartphones*, más comunes hoy en día, incluso en el campo, los cuales se convierten en boletines impresos²¹, carteles, vídeos documentales, programas de radio²² y, dependiendo de las condiciones, pero a baja escala por lo menos hasta este momento, se usan también medios (*sites*, *blogs*) y redes sociales (perfiles) en Internet. Estos espacios en Internet, así como los videos, son elaborados por las entidades de asesoría y colaboradores (personas e instituciones) más que por las propias organizaciones locales, pero en general participan de la elaboración. Los medios de soporte tecnológico se hacen más presentes y útiles en las relaciones externas, o sea, para difundir las acciones y discutir temas de interés social, y de ese modo, comunicarse con la sociedad, según las necesidades y estrategias de cada situación.

5. *Conocimiento popular*

El desarrollo del conocimiento es múltiple y puede ser observado desde varias dimensiones. Por un lado, el crecimiento intelectual personal de todos los involucrados/as en los programas mencionados. Este conocimiento tiene origen en las formas anteriores de participación social. Por ejemplo, los miembros de la Copavi poseen un pasado de participación en la Iglesia Católica, especialmente, en las Comunidades Eclesiales de Base (CEB), y en el MST, lo que proporcionó el desarrollo de la actitud crítica y del carácter solidario, además del espíritu cívico.

Por otro lado está el conocimiento colectivo. El proceso de organización comunitaria y de búsqueda de soluciones compartidas, frente a los problemas que afectan a la vida de los miembros participantes, hace que se desarrolle el conocimiento colectivo cons-

truido sobre la base del intercambio de saberes, que se potencia con la cooperación y la participación activa favorecidos por la comunicación. Como ya dijo Paulo Freire (1977: 67), “no es posible comprender el pensamiento fuera de su doble función: cognoscitiva y comunicativa”. En esta dinámica se genera conocimiento nuevo y también se recuperan y valorizan saberes antiguos de los antepasados, mediante el propio acto comunicativo y la democratización de la información.

El conocimiento nuevo se hace perceptible para las personas y se manifiesta en la asimilación que ellos hacen de conceptos procedentes de la agroecología. Como ejemplo encontramos el valor social de la agroecología, las técnicas de producción de fertilizantes e insecticidas naturales, la creación de la tecnología para la construcción de cisternas de placa de cemento²³, el descubrimiento de reservar el agua de lluvia en cisternas como solución para los problemas de la sequía²⁴, el descubrimiento de la cooperación (Fondo Rotativo Solidario) como fórmula para solucionar los problemas de renta familiar baja, el desarrollo de la capacidad de liderazgo de las mujeres y la conciencia sobre los derechos de igualdad de género y el rechazo del machismo. Además de estos logros enumerados, durante el proceso de participación se avanza en la toma de conciencia de la población en relación a la importancia de compartir continuamente los saberes generados personal o colectivamente, así como también en la consciencia política.

Se recuperan tradiciones del pasado, como el saber para la conservación de semillas de cereales. En lugar de veneno industrializado que hace mal a la salud, se recupera el uso de ceniza o de un tipo de hoja de la vegetación que tienen el mismo efecto que los químicos, pero sin perjudicar al organismo humano. También se recuperan los saberes de los antepasados sobre los tipos de semillas (antiguas y libres de transgénicos) que se adaptan mejor al clima y al tipo de tierra del desierto —soportan mejor la sequía y producen más en relación a las especies cuyas semillas eran ofertadas por programas gubernamentales—. También se recupera todo el conocimiento popular de cómo trabajar la tierra, épocas para sembrar o plantar, cría de animales, funciones curativas y valor de algunas

plantas para hacer compostaje; son rescatados y valorados desde las nuevas formas de organización y movilización comunitaria. Uno de los agricultores entrevistados en Borborema dijo: “La cosa más triste fue no saber que yo sabía”. Descubrió, por la forma en que fue tratado por parte de los representantes del Polo de Borborema y de la *AS-PTA*, que poseía conocimiento, o sea, que estos no llegaron imponiendo sus saberes de expertos, sino escuchando y valorando los saberes locales.

Partiendo del concepto de antroponomía, se puede decir que las experiencias analizadas muestran que sus protagonistas cambian la realidad de la gente al diseñar modos de vida no sometidos a la lógica del capital, a los dueños del agronegocio, o como trabajadores empleados de la industria en las ciudades. Como pequeños propietarios de tierra o como miembros de una cooperativa de propiedad colectiva, diseñan sus propios destinos y subvierten las relaciones de clase en el capitalismo. Trabajan para ellos mismos y despiertan su conciencia ideológica y política, que poco a poco les ayuda en la resiliencia en favor de sí mismos y del colectivo. Hasta la remuneración en el caso de la Copavi es mayor por el trabajo en aquellas funciones más duras, como comentamos antes, al contrario de lo que ocurre en el agronegocio y en la industria.

Como hemos dicho en otro lugar (Peruzzo y González, 2017), las experiencias de Borborema y Copavi son contrarias a lo observado por Bertaux (1977) en su estudio sobre la sociedad francesa, pero es real en Brasil y en otras las partes del mundo, algo que parecía inevitable,

“(…) y el destino de clase²⁵ (la reproducción histórica de las condiciones de sometimiento y explotación a través de las generaciones), muestran que es posible hacer cambios una vez que las personas se unen en un proceso de organización para desarrollar ese nuevo espíritu civilizatorio, con sentido de colectividad, que cambia el presente, pero mira a un futuro auto sostenible para todos”

El *destino de clase* casi natural de los de la Copavi, antes de su formación como comunidad, por ejemplo, siendo hijos de agri-

cultores que perdieron sus tierras o no las poseían, sería de empleados (o sub-empleados) en las ciudades o en el campo. Algo semejante ocurre en Borborema: las pésimas condiciones de la tierra y todos los problemas derivados de la sequía y de las políticas públicas para el campo (no todo el territorio pertenece al Polo) eran y son factores que favorecen la emigración. Como emigrantes tendrían un destino semejante, de empleados en la construcción civil, en el comercio o en las grandes haciendas. No obstante, hubo cambios que fueron posibles gracias a las nuevas configuraciones de una comunidad y a la movilización de las familias para la auto-sostenibilidad. Son ejemplos de que un nuevo desarrollo es posible, si las bases de su sostenibilidad priorizasen la vida (y todas las formas de vida) y el bien estar del ser humano.

Consideraciones finales

Teniendo en cuenta todo lo reflexionado en este capítulo, se puede decir que hay dos “modelos” de desarrollo en conflicto. Uno en la línea del desarrollismo, a favor del monocultivo y del agonegocio, que aún predomina en el entorno de las experiencias analizadas, y otro a favor de la agricultura familiar, de la agroecología y de la producción de alimentos.

A pesar de que la pregunta inicial ha sido contestada a lo largo del texto, vamos a destacar ahora que los principios de la Teoría de la Modernización dejan de ser incorporados en las prácticas descritas porque no satisfacen las necesidades de desarrollo local y comunitario. Es decir, un desarrollo de carácter participativo y guiado por la idea de que las soluciones para los (grandes) problemas sociales y económicos locales requieren nuevas prácticas y nuevos presupuestos, y parámetros conceptuales basados en la autonomía, la cooperación y el compartir.

Bajo la Teoría de la Modernización que generó la lógica de la difusión de innovaciones, los medios de comunicación son usados como instrumentos para difundir promesas de progreso, bienestar y patrones de consumo de productos industrializados —desde los

productos químicos a la leche para los niños-. Pero la finalidad no es el bienestar social, sino aumentar el lucro y ampliar las bases de expansión del capital internacional.

En el caso de los movimientos sociales, la comunicación se da como parte de un proceso de movilización, organización y actuación popular para concienciar, movilizar, intercambiar conocimiento y tejer relaciones, pero con finalidad humana. La comunicación popular y comunitaria desarrollada está en sintonía con las condiciones y necesidades de los propios movimientos y comunidades. Predomina la comunicación horizontal, dialógica, que incorpora otros sentidos como el de ser facilitadora de la coordinación de acciones, además de integrar otros canales y formas comunicativas de acuerdo con las necesidades y condiciones de los movimientos y comunidades.

En este contexto, existe un cambio de patrones convencionales de cultivo y de propiedad de la tierra, se valora y renueva el saber popular, y se transforma la realidad en la medida en que otras perspectivas de desarrollo son implementadas. Por lo tanto, la comunicación se constituye *en proceso dentro de otros procesos* y se confunde con ellos. Comunicación y conocimiento se entrelazan en la constitución de alternativas. Una comunicación que en las realidades en cuestión analizadas es necesariamente dialógica, y no depende de medios tecnológicos para concretizarse.

Notas

1. Cooperativa de Produção Agropecuária União da Vitória
2. Véase Gumucio-Dagron y Tufte (2008), una obra que reúne contribuciones de estos y de otros 147 autores más.
3. Disponible en:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>
4. Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra
5. Comunidades formadas por remanentes de quilombos, o comunidades con predominio de población negra, descendientes de ex esclavos.
6. Ver: <http://aspta.org.br/category/videos/?programas=programa-paraiba>
7. Véase: <http://www.asabrazil.org.br/>

8. Véase: <http://aspta.org.br/>
9. El MST fue creado en enero de 1984 y se constituye como uno de los movimientos sociales más exitosos de Brasil en la actualidad.
10. Ver: <http://cirandas.net/cooperativa-de-producao-agropecuaria-vitoria-ltda>
11. Cisterna que almacena agua potable para beber, cocinar y bañar.
12. Cisterna que almacena agua para los animales y para la huerta y frutales.
13. Proyectos similares existen en otras partes de Brasil y, en general, son denominados de “Semente Crioula” (semilla crioula).
14. Aguardiente típico brasileño extraído de la caña de azúcar
15. No obstante, este está por todas partes en el entorno, pues aún es el modo predominante de negocio en el campo.
16. La propiedad colectiva nos es algo característico de todos los asentamientos del MST. En general, al conquistar la tierra esta es dividida entre los asentados.
17. Véase González (2012).
18. Véase Yamashita Deliberador y Rampazzo (2006).
19. Ver Peruzzo (2014).
20. Intercambio que el dialogo favorece, pero es posible ir más allá de eso. Por ejemplo, en el Polo de Borborema hay un programa llamado de “Agricultores experimentadores” que consiste en el intercambio de experiencias concretas a partir de las experiencias prácticas. Por ejemplo, si un agricultor o una comunidad implementó un sistema nuevo de irrigación de huertas, la experiencia es compartida con agricultores de otras áreas como forma didáctica de socialización del conocimiento.
21. Los boletines impresos no son del tipo informativo tradicional. Son boletines documentales pues hablan de experiencias exitosas en general a partir de familias que innovaron en sus prácticas.
22. Producidos por el Sindicato de Trabajadores y Trabajadores Rurales de Remígio, de Paraíba, y transmitido por una emisora de radio local.
23. Fue un agricultor, Manoel Apolônio de Carvalho, de Simão Dias, interior de Sergipe, junto al estado de Bahía, en el nordeste de Brasil, quien inventó la tecnología para la construcción de la cisterna de placas de cemento. Véase: <http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2017/06/pedreiro-cria-cisterna-para-guardar-agua-da-chuva-no-nordeste.html>
24. El agua de una temporada de lluvia almacenada en cisternas puede durar unos seis meses para el consumo de una familia.
25. Los de la Copavi, por ejemplo, son hijos de agricultores que al perder sus tierras o no poseerlas, su “destino” sería de empleados en el campo o en las ciudades. Algo seme-

jante ocurre el Borborema: las pésimas condiciones de la tierra y todos los problemas decurrentes de la sequía y de políticas públicas para el campo, eran y son (ni todo el territorio pertenece al Polo) factores que favorecen la emigración, cuyos emigrantes tendrían el mismo destino, empleados en la construcción civil, comercio o en las grandes haciendas. No obstante, hubo cambios posibles gracias a las nuevas configuraciones de una comunidad o de movilización de familias por la auto sostenibilidad.

Bibliografía

- BARAN, P. (1964). *A economia política do desenvolvimento*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- BERTAUX, D.(2005) *Los relatos de vida. Perspectiva etnosociológica*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- BERTAUX, D. (1979). *Destinos pessoais e estrutura de classe. Para uma crítica da antropologia política*. Rio de Janeiro: Zahar.
- CADAVID BRINGE, A. (2014). Los actuales debates sobre comunicación, desarrollo y cambio social. In: Cadavid B., A.; Gumucio Dagrón, A. (Orgs.). *Pensar desde la experiencia. Comunicación participativa en el cambio social*. Bogotá: Uniminuto. p. 37-54.
- CHAPARRO, M. (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Bogotá: Desde Abajo.
- ESTEVA, G. (2009). Más allá del desarrollo: la buena vida. *América Latina en Movimiento*, Quito, año 33, n. 445, p. 1-5, jun.
- FREIRE, P. (1977). *Extensão ou Comunicação?* 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- FURTADO, C. (1973). *A hegemonia dos Estados Unidos e o subdesenvolvimento da América Latina*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- GONZÁLEZ, J. A. (2012). *Entre culturas e ciberculturas: incursões e outras rotas não lineares*. São Bernardo do Campo: Metodista.
- GUMUCIO-DAGRÓN, A. (2014). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. In Pereira G., J.M.; Cadavid B., A. (Eds.). *Comunicación, desarrollo y cambio social. Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*. Bogotá: Pontificia Univ. Javeriana. p. 19-35.
- GUMUCIO-DAGRÓN, A.; TUFTE, T. (2008). Raíces e importancia: introducción. In Gumucio-Dagrón, A.; Tufte, T. (Orgs.). *Anto-*

- logía de comunicación para el cambio social*. New Jersey/La Paz: Communication for Social Change Consortium/ Plural. p. 16-45.
- MARÍ SÁEZ, V.M. (2016). *Comunicaciones ininterrumpidas*. Madrid: PPC.
- NUNES, A. S. (2010). Políticas públicas via sindicalismo rural: o caso do município de Queimadas (PB). In Congreso Latinoamericano e Sociologia Rural, 8. Porto de Galinhas. Anais. Accesado en: <<http://www.alasru.org/wp-content/uploads/2011/09/GT27-Antonio-Silva-Nunes.pdf>>. Accesado en 13 jun. 2014.
- O TERRITÓRIO. (s.f.) *Portal da Cidadania*. Accesado en: <http://www.territoriosdacidadania.gov.br/dotlrn/clubs/territoriosruais/borboremappb/one-community?page_num=0>. Accesado en 13 jun. 2014.
- PERUZZO, C. M. K. (2004). *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 4. ed. Petrópolis: Vozes.
- PERUZZO, C. M. K.. (2014). Comunicação para o desenvolvimento, comunicação para a transformação social. In Monteiro Neto, A. (Org.). *Sociedade, política e desenvolvimento. Desenvolvimento nas Ciências Sociais: o Estado das Artes*, Livro 2. Brasília: Ipea. p. 161-195.
- PERUZZO, C.M.K. y GONZÁLEZ, J.A. (2017). Agroecología y antroponomía en movimientos sociales de Brasil: “si los demás están bien, yo estoy mejor”. *Interdisciplina*, v. 6, n.14, pp.205-235, jan.-abr.2018, Mexico, UNAM. Puede ser accesado en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/inter/article/view/63387/55655>
- SCHAVELZON, S. (2015). Plurinacionalidad y vivir bien/buen vivir. Dos conceptos leídos desde Bolivia y Ecuador pos-constituyentes. Ecuador/ Buenos Aires: Abya-YALA/ CLACSO.
- SCHRAMM, W. (1976). *Comunicação de massa e desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento*. 2. ed. Tradução de Muniz Sodré e Robert Lent. Rio de Janeiro: Bloch.
- SERVAES, J.(1996). Introduction: participatory communication and research in development settings. In Servaes, J.; Jacobson, T. L.; White, S., A. *Participatory communication for social change*. London: Sage. p. 13-25.
- SERVAES, J. (2004). Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas,

- dos modelos. *Revista Comunicação Midiática*, Bauru, a. 1, n. 1-2, p. 19-53.
- TUBINO, N. (2013). Agroecologia: o polo sindical da Borborema. *Carta Maior*, São Paulo, 1 set. Accesado en: <<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/Agroecologia-o-Polo-Sindical-da-Borborema/4/28268>>. Accesado en 13 jun. 2014.
- VARGAS, T.; URANGA, W. (2010). Gestión de procesos comunicacionales. Una estrategia de intervención. In Cicalese, G. (Coord.). *Comunicación comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. p.77-93. Buenos Aires: La Crujía.
- YAMASHITA DELIBERADOR, L. y RAMPAZZO, A.C.(2006). Comunicação e educação para a cidadania em uma cooperativa de assentamento do MST. *Comunicação & Educação*, USP, XI, 3 set/dez.

Biografía

Cicilia M. Krohling Peruzzo

Miembro de ALAIC

(Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación)

kperuzzo@uol.com.br

Brasileña, doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Sao Paulo (ECA-USP). Post-doctora por la Universidad Nacional Autónoma de México. Autora de los libros “Relações públicas no modo de produção capitalista”, “Comunicação nos movimentos populares”, “Televisão comunitária”. Organizadora de algunas obras colectivas. Tiene artículos publicados en diversas revistas científicas brasileñas e internacionales. Ha participado con aproximadamente 200 conferencias o charlas en diferentes instituciones brasileñas e internacionales. Ha coordinado el Grupo de Trabajo (GT) “Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía” de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), el GT “Comunicación y Ciudadanía” de la Asociación de Programas de Posgrados en Comunicación (Compós), y el Núcleo de Estudios de Comunicación

Comunitaria y Local (Comuni). Presidenta de la Asociación Brasileña de Investigadores y Comunicadores en Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana (ABPCom).

CV completo disponible en:

<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4787837E2>

El papel de los foros de comunicación, educación y ciudadanía en el debate sobre la comunicación para el cambio social

JAVIER ERRO SALA

Universidad Pública de Navarra (UPNA)

LOHITZUNE ZULOAGA LOJO

Universidad Pública de Navarra (UPNA)

JUAN PAGOLA CARTE

Universidad de Deusto

Introducción

En 2006 nació en Pamplona el *I Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía* que un año más tarde, en la misma ciudad, celebraría su segunda edición. Córdoba acogería las ediciones III y IV en 2010 y 2013 respectivamente y, finalmente, la Universitat Jaume I de Castelló organizó en 2015 la V y última edición realizada hasta el momento¹. Nuestra contribución parte de una investigación inicial realizada sobre el papel desplegado por los I y II Foros² y que se articuló sobre tres ejes principales: la idea de comunicación como dimensión social amplia y complejizada, concebida en términos culturales y capaz de superar la concepción tradicional instrumental y mediática; la revisión de las comunicaciones para el o los desarrollos; y los planteamientos que puedan sugerirse desde la idea de unas comunicaciones para la transformación social.

A través de la documentación existente y del relato de las personas que estuvieron al frente de la organización, buscamos desenmarañar algunas claves de la perspectiva de la comunicación social

con objetivos de desarrollo y de cambio social que pudo latir en estos Foros. Quisimos conocer qué pudieron aportar al debate en torno a la comunicación para el cambio social esos primeros encuentros y descubrimos, entonces, que los Foros contribuyeron a superar las visiones instrumentales y reduccionistas de lo comunicativo, que aportaron el cruce de experiencias procedentes de la práctica comunicativa de las organizaciones sociales y del mundo académico, y que importaron e impulsaron nuevas concepciones de lo comunicativo inspiradas sobre todo en el pensamiento latinoamericano. Pero concluimos que la reflexión teórica y la puesta en escena de experiencias de comunicación carecieron de la suficiente profundidad como para producir el empuje decisivo al estudio y la práctica de la comunicación para el desarrollo y para el cambio social en España.

En esta segunda entrega ahondamos en esas carencias y en algunas insuficiencias que hemos podido percibir. Para ello, en los siguientes epígrafes profundizaremos en el análisis de los resultados obtenidos, prestando especial atención a la influencia que ejercieron sobre los primeros Foros los aportes procedentes de América Latina. Las conclusiones nos llevan además a identificar nuevos frentes y retos abiertos en torno al análisis de la investigación de la comunicación y el cambio social.

1. Breve reseña de las figuras de los Foros de Comunicación, Educación y Ciudadanía.

El *I Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía* nació en Pamplona los días 28 y 29 de marzo de 2006. Bajo el lema, entonces provocador, de “Otras relaciones entre medios de comunicación, movimientos sociales y nuevas tecnologías”, un grupo de activistas y académicos, críticos con la eficacia de las prácticas comunicativas de las organizaciones sociales del Tercer Sector, decidieron crear un “lugar de encuentro abierto”, con un objetivo tan amplio y abarcador como el del identificar experiencias que permitieran comenzar a solucionar los graves problemas detectados.

Les unía la idea general de poner en común el conocimiento disponible en ese momento desde los ejes de comunicación, educación y solidaridad, y el afán de tejer una red de personas, grupos e instituciones con el ímpetu necesario para dar vida a un proyecto colectivo.

Comenzaron entonces a debatir públicamente sobre el papel que juegan los medios de comunicación y las organizaciones sociales en la construcción social de la ciudadanía; la utilidad de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para educar y sensibilizar a la sociedad; y las experiencias de comunicación y educación que construyen otras formas de ciudadanía en el Norte y en el Sur. Pusieron encima de la mesa experiencias de trabajo de las organizaciones sociales del Tercer Sector, de profesionales de los medios de comunicación, de profesionales de la academia y de recién llegados de las nuevas tecnologías, que dejaban entrever apuntes para propuestas valiosas para la construcción de ciudadanía.

Naturalmente, este primer Foro —que tuvo mucho de frescura e incluso de ingenuidad, si escuchamos a sus fundadores³— no surgió de la nada, sino que creció sembrado de antecedentes. Ya se había producido un primer “choque” previo entre los postulados teóricos sobre comunicación social llegados de allende del mar, los planteamientos académicos vigentes entonces en nuestro país, y las prácticas comunicativas de las organizaciones sociales. En efecto, aunque entonces reinaba la hegemonía arrolladora de los enfoques informacionales y difusionistas, que no iban más allá de identificar el “problema comunicativo” del Tercer Sector en la falta de profesionales de la comunicación lo suficientemente formados dentro de las organizaciones sociales y en la necesidad de mejorar las relaciones con los medios de comunicación de masas, se atisbaban críticas cada vez más elaboradas y menos tímidas.

Desde visiones teóricas más complejas, deudoras sobre todo de la comunicología latinoamericana, algunos estudios comenzaban a localizar el “problema comunicativo” en la relación entre el mundo de la solidaridad y el mercado (López Rey, 2001; Erro, 2001). Esas nuevas lecturas provenían de concepciones comuni-

cativas más complejas, donde se vislumbraba la comunicación como un proceso social estrechamente vinculado a la cultura. La influencia aquí de la obra de autores como Jesús Martín-Barbero, Paulo Freire o Mario Kaplún se hacía palpable; en especial los planteamientos del primero de ellos, que se hicieron presentes en la creación del I Foro a través de la figura emblemática de la peruana Rosa María Alfaro, y del también heredero de Jesús Martín-Barbero, el colombiano Omar Rincón, en el segundo de los Foros.

No es de extrañar que un conjunto de autores españoles plantearan entonces que las ONG y ONGD españolas se encontraban ante un “problema comunicativo”, fundamentalmente de “naturalidad cultural”, y no solo ante un problema técnico-profesional (Erro, 2002 y 2003). Ese debate en el contexto del año 2006 venía a invertir los términos del problema y había germinado lo suficiente como para concretarse en un encuentro institucional, en el que personas y voces que ya venían dialogando sobre el papel pudieran conocerse personalmente.

A la influencia de las tesis latinoamericanas –sobre la que profundizaremos más adelante–, había que añadir la de profesionales que ejercían su preocupación por lo comunicativo desde la práctica, bien en el campo de las organizaciones sociales o bien en el académico, incluso compaginando esos dos ámbitos. De hecho, buena parte de las personas que constituirían el núcleo fundador del I Foro venían intercalando en los últimos años su trabajo profesional en los movimientos sociales con el de la universidad⁴.

La vocación de utilidad hizo que el I Foro acordara mantenerse como un lugar de encuentro siempre abierto, y adoptara al mismo tiempo la figura de “nodos” geográficos (Norte-Pamplona; Levante-Barcelona/Castellón; Madrid; Galicia; y Andalucía) como instrumento funcional. Cada nodo se dotó de autonomía en su trabajo y funcionamiento.

Esto permitió la celebración un año después del II Foro, esta vez alrededor del eje de las nuevas narrativas mediáticas y la ciudadanía visual. El debate se estableció, por tanto, sobre el reto de las narrativas mediáticas audiovisuales en la educación y la comuni-

cación para la ciudadanía. Los “nodos” ya contaban para entonces con todo un año de andadura propia y atesoraban sus propias dinámicas de trabajo, que se diversificaban y se iban especializando. En esta ocasión la figura latinoamericana especial invitada fue Omar Rincón (2006), quien recientemente había publicado una obra de gran influencia en aquel entonces. Pero concretemos a continuación lo que supuso la influencia de la reflexión comunicativa del continente latinoamericano en la creación y desarrollo de la figura de los foros.

2. *La influencia latinoamericana y el “choque con el teoricismo”*

Algunos de los miembros del equipo fundador de la figura del Foro habían bebido *in situ* y con profundidad de las fuentes latinoamericanas. Es el caso de Erro y Burgui (ONGD Mundubat en Navarra y País Vasco), Guimaraes (ONGD CIC Batá en Andalucía), Sampedro (Universidad Rey Juan Carlos), Sierra (Universidad de Sevilla), Marí (Universidad de Cádiz), Romero (ONGD ACSUR-Las Segovias), Santolino (Federación de ONGD de Cataluña), o Martel (Universidad Centroamericana José Simeón Cañas de El Salvador)⁵. Sin ánimo de realizar aquí una descripción exhaustiva, sí podemos esbozar brevemente el esquema general de la fuerte influencia de América Latina en la construcción de los Foros.

El nexo de unión de estos referentes hay que buscarlo, como ya hemos señalado, en la obra de Martín-Barbero, en la que el autor interrelaciona la comunicación con la cultura planteando un desafío conceptual y metodológico. De la obra de Martín-Barbero se aprendió, entre otras muchas cuestiones, a entender las ciencias sociales como el lugar de la articulación de saberes y procedimientos desde donde se pretende descubrir la complejidad de los procesos de constitución y configuración de lo social (Reguillo, 1998). Contribuyó también a enfocar la mirada sobre los procesos de comunicación al situar la cultura en un lugar central y revisar así la construcción de la modernidad latinoamericana. Martín-

Barbero elaboró un proyecto de reflexión que él mismo resume en tres rasgos concatenados. El primero descubre que la comunicación es cuestión de culturas y no de ideologías, es decir, que los procesos de comunicación deben ser mirados como escenarios de transformación de la sensibilidad de la percepción social; el segundo nos muestra que la comunicación no es solo cuestión de aparatos, de estructuras, sino también de actores, lo que nos remite al estudio de la cotidianidad de los productores o, dicho de otra manera, de los actores de la producción; y el tercero, por último, subraya que la sociedad no sólo reproduce, sino que también produce y cambia, reconstituyéndose en esos procesos (Martín-Barbero, 1996)⁶.

Pero tal vez la mayor influencia de la obra martin-barberiana sobre el grupo de fundadores del Foro reside en la reflexión comunicativa que el autor inaugura al mezclar los postulados de Freire con los de Gramsci. La pedagogía de Freire –la conjunción entre la palabra y la acción (Martín-Barbero, 1978)– abrió la puerta a Martín-Barbero para construir una teoría latinoamericana de la comunicación que pensara la comunicación desde la cultura. Hibridando a Freire con Gramsci el autor invirtió la mirada hegemónica clásica –*la comunicación como proceso de dominación*–, para centrar el estudio en *la dominación como proceso de comunicación*. Tal y como explica el propio autor:

“Comprender la comunicación entonces implicaba investigar no sólo las tareas del dominador sino también *aquello que en el dominado trabaja a favor del dominador*, esto es la complicidad de su parte, y la seducción que se produce entre ambos. Junto con Gramsci fue Paulo Freire el que me enseñó a pensar la comunicación a la vez como un proceso social y como un campo de batalla cultural” (Martín-Barbero, 1998).

Ahora bien, tal y como adelantábamos la tradición latinoamericana marcada por Martín-Barbero se concretó en el I Foro en la presencia de la figura de Rosa María Alfaro, fundadora y exdirectora Ejecutiva de la Asociación de Comunicadores Sociales Clandria (Perú) y Premio Córdoba a la Comunicación 2010. La

estudiosa peruana, que ya había producido años antes una propuesta de “Una comunicación para otro desarrollo” (1993), incorporó al Foro sus últimas apuestas en este tema con su texto sobre “Innovaciones en Comunicación y Desarrollo” (2006). Pero, sobre todo, dio cuenta de las experiencias que entonces recorrían América Latina en torno a la figura de las veedurías, vistas por parte de los asistentes al Foro como un conjunto de iniciativas con mucho que aportar en España. Los trabajos de Germán Rey (2003), María Cristina Mata (2002) y Ana María Miralles (2002), además de las investigaciones de la propia Alfaro (2006) sobre el papel entre lo estatal y lo público de los medios masivos de comunicación.

Conviene que nos detengamos unas líneas en el atractivo que por aquel entonces ejerció la figura de las veedurías y los observatorios de medios en la organización de los Foros. Las veedurías constituían en esos momentos un sistema novedoso de vigilancia ciudadana de la actuación de los medios masivos de difusión y de construcción de ciudadanía a través de la sociedad civil. En palabras de Germán Rey:

«Los observatorios y las veedurías de medios son metáforas recientes de procesos sociales y comunicativos fuertemente relacionados con movimientos de democratización de la sociedad, afirmaciones emancipatorias y confrontaciones frente a las variaciones que también van adoptando las maneras diversas en que se expresa el poder» (Rey, Germán, 2003, p.12).

Es decir, constituyen lugares de construcción de ciudadanía y su interés reside en su capacidad de articularse con proyectos sociales y políticos más amplios. Son, sobre todo, experiencias comunitarias y ciudadanas, y su principal atractivo reside en saber enfocar directamente la problemática de la democracia, la ciudadanía y los medios de comunicación de masas.

Si en el primer Foro fueron la personalidad de Rosa María Alfaro y la figura de las veedurías y observatorios de medios los que simbolizaron el peso de la reflexión comunicativa latinoamericana, en el II Foro fue Omar Rincón —profesor universitario, ensayista,

periodista y analista de las relaciones entre medios, cultura, política y tecnología, así como consultor en comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania— el encargado de sacudir a los presentes con la propuesta de una nueva narratividad, que entendía la narración como una operación política desde la que se produce sentido. O dicho con sus palabras, vino a trasladar la asunción de que “hemos devenido estética y narración para hacer del sentido y el sujeto una posibilidad” (Rincón, 2006: 12).

El autor colombiano señaló en su exposición que los medios de comunicación deben estallar los universos estético-narrativo-políticos construidos por la máquina comunicativa y la homogeneidad del mercado. Y señaló la forma hacerlo: extendiendo el activismo comunicativo, la exploración tecnológica y la inspiración étnica como estrategias para generar una mayor conciencia sobre el valor social de la comunicación, la intervención estético-narrativa de la sociedad y la importancia política de los medios de la gente. Su propuesta se concretó en la idea de reinventar los medios de comunicación. Y para inventar de nuevo los medios de comunicación el autor propuso partir de las condiciones de producción (tiempos cortos; pensamiento prefabricado; imperio del periodista y el medio; velocidad, flujo y fragmento; entretenimiento como horizonte, escándalo como ética, negocio como ética) que han establecido como propias el campo cultural. Son condiciones que han sido teorizadas como debilidades o como poco adecuadas para la producción de saber y sentido social pero que, en todo caso, son las condiciones predominantes de las culturas mediáticas sobre las cuales toda transformación o reinención debe trabajar. En definitiva: no podemos crear sin tener en cuenta cómo es el contexto de la realidad en la que se actúa⁷. En este sentido, el autor colombiano recuerda que:

«Debemos intentar narrar de nuevas maneras para aprovechar que la mayoría encuentra en estas estéticas identificación, modos del gusto y escenarios para la creencia, la diversión y el deseo. Si la narrativa y la estética marcan todas las acciones de nuestro tiempo, debemos actuar

desde y en estas condiciones. Deberíamos bucear detrás de la levedad y el entretenimiento que nos prometen los medios de comunicación para pensarnos desde otra parte y preguntarnos por lo que estas tendencias nos dicen de la sociedad que habitamos. Hemos llegado a un punto de no retorno: o desde la academia y la investigación asumimos desde otras perspectivas el entretenimiento, el espectáculo y la narración mediática, o nos vamos a quedar sin nada que decir a la sociedad de las mayorías, que ha comenzado a militar en el eslogan que dice: “las guerras no matan al hombre; el mal gusto, sí”» (Rincón, 2006, 12).

Precisamente porque, como ya venimos mencionando, plantear la comunicación desde la cultura supone un desafío tanto conceptual como metodológico, propuestas como las que Alfaro, Rey, Mata o Miralles trajeron a los *Foros de Comunicación, Educación y Ciudadanía*, materializadas en figuras como las veedurías o los observatorios, dejaron pistas indelebles para repensar articulaciones clave como la idea de desarrollo y de cambio social. En ese mismo sentido, postulados como los de Rincón o Prieto Castillo apuntaron a revisar a fondo los cruces entre las propuestas de comunicación y educación ante la sacudida sin precedentes de la cultura audiovisual⁸.

3. La aportación de los siguientes foros.

A raíz de la celebración de los dos primeros Foros en 2006 y 2007 en Pamplona, se realizaron otros tres Foros: dos en la ciudad de Córdoba en 2010 y 2013 organizados por el Centro de Iniciativas de Cooperación CIC Batá (Córdoba)⁹, y otro más en 2015 en Castellón, a cargo de la Universidad Jaime I¹⁰. No es este el lugar para profundizar en un análisis exhaustivo de la evolución de la figura de los Foros. Será suficiente para nuestro objetivo el resumen que presenta el cuadro a continuación y que informa de las características generales de las tres ediciones del Foro que continuaron el proceso iniciado en los Foros que acogió Pamplona:

EL PAPEL DE LOS FOROS DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y CIUDADANÍA

TABLA I. RESUMEN DE LOS III, IV Y V FORO DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y CIUDADANÍA

FOROS	OBJETIVOS	EJES DE TRABAJO	PROGRAMAS
<p>III Foro. "Cultura hegemónica y diversidad cultural". Córdoba (22 y 23 de octubre 2010).</p>	<p>Fortalecer la red de organizaciones sociales de educación, comunicación y participación social.</p> <p>Aportar una visión pro-activa y directa de la realidad de los Países del Sur.</p> <p>Contribuir a la formación y reflexión sobre nuevas metodologías de educación y comunicación para el desarrollo.</p> <p>Favorecer, fortalecer y valorar las relaciones interculturales como posibilidad de intercambio y aprendizaje conjunto.</p>	<p>La diversidad cultural y su relación con los medios de comunicación y con la democracia, en el contexto de una sociedad global que se enfrenta cada vez más con un reto: un modelo cultural hegemónico que pretende socavar las particularidades culturales e históricas, enfrentado con la realidad de movilidad de la población mundial en flujos migratorios sin precedentes, y que impone reflexionar sobre la realidad intercultural de este encuentro.</p> <p>Este proceso iniciado en 2006 por la Red Euro-latinoamericana de comunicación y encomendado a CIC BATÁ para su continuidad en 2010, pretende contagiar a los agentes sociales andaluces para agrandar y ampliar el mapeo local, nacional e internacional de la comunicación.</p>	<p>Comunicación y diversidad cultural.</p> <p>Derecho a la comunicación: apoderamiento ciudadano frente a la hegemonía cultural.</p> <p>Responsabilidad comunicativa de las organizaciones sociales en la construcción de ciudadanía.</p> <p>Educomunicación: para la diversidad cultural.</p> <p>Las nuevas maneras de comunicar: redes sociales Repensar el cómo comunicar.</p> <p>Foros, redes y espacios de encuentro: en busca de la sinergia.</p>
<p>IV Foro. "¿Otra comunicación es posible?". (Córdoba 10 y 11 de junio, 2013)</p>	<p>Agrupar aquellas inquietudes por ajustar la comunicación a aspectos éticos y valores de participación ciudadana y de compromiso social de los agentes sociales, instituciones y empresas del sector de la comunicación.</p> <p>Consolidar este espacio de trabajo en red, iniciado en 2010, impulsado por la preocupación por el estado del derecho a la comunicación en Andalucía.</p>	<p>El ejercicio del derecho a la comunicación.</p> <p>La elaboración de la Ley Andaluza de Comunicación Audiovisual.</p> <p>La elaboración de un diagnóstico andaluz de la comunicación.</p>	<p>El derecho a la información y a la comunicación.</p> <p>Experiencias de educomunicación.</p> <p>Experiencias de empoderamiento comunicativo.</p> <p>Comunicación para el cambio social y la educación para el desarrollo.</p> <p>Otras formas, otras formas de articulación.</p>
<p>V Foro. "#comunicambio / #com4change" Congreso internacional Comunicación Sociedad Civil y Cambio Social. Castellón (20-22 de mayo de 2015)</p>	<p>Analizar las injusticias y las desigualdades presentes en el sistema-mundo, que han provocado que miles de ciudadanos y ciudadanas reivindiquen sus derechos a través de los movimientos sociales.</p>	<p>Género y cultura de paz como elementos esenciales y transversales.</p> <p>Organización participativa del evento desde perfiles profesionales de comunicación, ONG, movimientos sociales, investigadores y académicos de los campos de la comunicación, la sociedad civil y el cambio social.</p>	<p>Estudios críticos de la comunicación e imaginación.</p> <p>Estado de la cuestión en Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social.</p> <p>Comunicación, movimientos y cambio sociales digitales y poder.</p> <p>Sociedad civil, comunicación y educación para el cambio social.</p>

FUENTE: elaboración propia

En líneas generales podemos comprobar cómo desde el primer Foro los temas de comunicación y ciudadanía, comunicación, educación y educación para el desarrollo, el caso de las veedurías y observatorios de medios en América Latina, simbolizados en la persona de Rosa María Alfaro, se mantienen como ejes en las tres primeras ediciones. Asimismo, el eje de las nuevas tecnologías, narrativas y la participación social, representados aquí en Omar Rincón, se repiten en el segundo y en el quinto y último foro.

Se aprecia también que en los III y IV Foros celebrados en Córdoba se introdujeron temas nuevos, como el derecho a la información y la comunicación, y se abrió la puerta al debate en torno a la comunicación para el cambio social, que constituirá el eje del V Foro que tuvo lugar en Castellón, donde aparecen ya como invitados autores destacados de la actual revisión sobre este tema, como son Florencia Enghel (Universidad de Karlstad, Suecia), Clemencia Rodríguez (Oklahoma University, Estados Unidos) o Thomas Tufte (Roskilde University, Dinamarca).

Podemos identificar por tanto un proceso evolutivo hacia planteamientos abiertos para repensar la comunicación para el desarrollo, las articulaciones entre comunicación y educación para el desarrollo, y el replanteamiento de la comunicación desde la cultura de las pantallas y desde las redes sociales. Todo esto enmarcado dentro de una reflexión a fondo de unas comunicaciones para el cambio o la transformación social, siempre bajo la articulación del trabajo académico y del activismo de las organizaciones sociales. Ofrecemos este esquema en el cuadro que sigue:

TABLA II. ESQUEMA GENERAL DEL TRABAJO

COMUNICACIÓN Y CULTURA	Repensar la comunicación para el desarrollo	Repensar el papel de medios en la construcción de ciudadanía Repensar el papel de redes sociales Repensar la ciudadanía desde la comunicación	¿Hacia una comunicación para el cambio o la transformación social?
	Repensar las articulaciones entre comunicación y educación (para el desarrollo)		
	Repensar la comunicación desde la cultura digital (las pantallas)		
Academia + Activismo			

FUENTE: elaboración propia

4. Resultados y conclusiones de la investigación

En cuanto a los resultados de nuestra investigación, debemos comenzar recordando cómo los dos primeros Foros surgieron cuando ya había despuntado una inquietud inicial en el Tercer Sector sobre las carencias epistemológicas y metodológicas de su trabajo comunicativo. La cuestión era cómo superar esos problemas con una visión de la comunicación tan estrecha. Podemos afirmar que los Foros –atravesados por la comunicología latinoamericana– contribuyeron a superar los límites de esa visión reduccionista de lo comunicativo, meramente informacional, mediática y publicitaria. En ese sentido, puede decirse que existía una concepción general de comunicación compartida por el grupo de personas fundadoras: la comunicación entendida como un proceso social atravesado por las mediaciones y vinculado a la cultura, con una fuerte dimensión pedagógica-educadora.

De toda esa tradición latinoamericana en comunicación, los Foros I y II asumieron y expandieron una idea de comunicación entendida como una dimensión social vinculada a los procesos socioculturales, de negociación, apropiación y producción de mensajes, identidades y formas de socialidad, donde además de lo informativo se ponen en juego procesos de emancipación, desarro-

llo y cambio social. La comunicación comprendida como un ámbito particularmente centrado en la dimensión cultural, simbólica y relacional que contiene o articula –donde se juega el sentido que tiene para la ciudadanía–, en lugar de reducirse a la transmisión de información o de difusión mediática (Marí 2011:7).

En contra de algunas críticas o presunciones, entender la comunicación como un proceso omnipresente, ininterrumpido de naturaleza performativa (cultural y educadora), no solo aporta un sustento teórico, sino que también convierte lo comunicativo en un fenómeno social abordable y objeto de estudio. Es decir, a la vez que se abre en nuevas dimensiones es capaz de concretarse en nuevas líneas de trabajo. Debe desplegarse –tal y como explica Marí (2016:15) en otro de sus trabajos– en: las industrias culturales; la tensión entre la comunicación simbólica y la comunicación de marca; la relación entre los jóvenes y su uso de las tecnologías (sobre todo de las Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC); la incorporación de estas TIC en el espacio educativo; su inserción en el juego político (comunicación política); las estrategias comunicativas del Tercer Sector y de los movimientos sociales; y, por último, “en la necesidad de compaginar la comunicación con el silencio y la escucha”.

Pero cabe subrayar que los Foros constituyeron una figura plural, donde se vislumbraron tempranamente distintas sensibilidades sobre el tema. Por una parte estaban aquellas personas que habían trabajado en América Latina y que hacían una apuesta decidida por la aplicación de corrientes teóricas procedentes de aquel continente. Por otra parte, tuvieron su espacio quienes se posicionaban desde sujetos concretos, como es el caso de las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo (ONGD), o desde la relación entre los medios de comunicación de masas y los movimientos sociales. Estaban también quienes estudiaban nuestro objeto de estudio desde la opinión pública, quienes se movían en el ámbito de la comunicación educativa o “educomunicación”, personas que enmarcaban el tema en la economía de la comunicación y el “ecosistema comunicativo”, e incluso quienes observaban la cuestión desde las premuras de la práctica periodística.

Concluimos que una investigación más detallada permitiría conocer hasta qué punto las influencias de los Foros fueron calando en las prácticas comunicativas de las organizaciones del Tercer Sector, de las ONG y ONGD, del mundo académico y de los medios de comunicación de masas que estuvieron involucrados. Parece obvio que de ambos Foros se extrajeron líneas de actuación que algunas organizaciones sociales fueron aplicando en sus respectivos desempeños, si bien la propia estructura abierta de los Foros dio pie a que esas aplicaciones no siempre se tradujesen en términos operativos.

De acuerdo con afirmaciones de los fundadores de los Foros, puede decirse que, en términos generales, no existía en estas organizaciones una línea de trabajo abierta en torno al debate comunicativo del momento, y que primaba un modelo de comunicación difusionista y mediocéntrico que acabó disolviendo parte de la posible influencia del trabajo de los Foros. Sin embargo, se indica que la influencia más apreciable pudo notarse en las Coordinadoras de ONGD (especialmente en la Coordinadora de ONGD de España, y en las coordinadoras de Cataluña, Navarra, Euskadi y Andalucía), donde los Foros habrían constituido el catalizador de un proceso crítico, que tendría además continuidad, sobre la comunicación de las ONGD.

Otro de los logros más destacables de los Foros fue la capacidad que mostraron de conjuntar a personas vinculadas a la academia con profesionales o voluntarios de las organizaciones sociales. En efecto, tal y como venimos subrayando, uno de los puntos fuertes de los Foros fue la combinación de experiencias procedentes de dos campos distintos, la práctica comunicativa de las organizaciones sociales y el mundo académico, y la forma abierta con la que lo hicieron, con vocación de constituirse en “lugar de encuentro abierto” para identificar y compartir experiencias, detectar problemas y producir propuestas. Distintos autores vienen mostrando su preocupación sobre la confluencia de una serie de procesos que de unos años a esta parte vive la universidad española, y que hace que este perfil de activista/investigador tenga cada vez mayores dificultades para desarrollar una carrera académica. Denuncian la

reducción de la variedad de perfiles con posibilidades de insertarse en el espacio universitario, siendo especialmente relevante en este sentido el del activista/investigador. Una posible contrapartida la podemos encontrar en el aumento porcentual de un perfil de investigadores académicos que cumple formalmente con los requisitos, pero que trabaja con planteamientos que en la mayoría de ocasiones no ayudan a responder a los principales retos y problemáticas que tiene nuestro mundo de hoy¹¹.

Pero, en todo caso, la heterogeneidad y la transversalidad de los grupos asistentes, que daría lugar a conclusiones y declaraciones cargadas en aquel entonces de novedad y riqueza, no habría logrado articularse a la hora de negociar acuerdos posteriores con instituciones, gobiernos y administraciones, que mostraban además carencia de ideas y discursos. Debe reconocerse que el impacto aquí fue reducido.

Ahora bien, cabe pensar que la profunda vocación comunicativa de estos dos eventos —el auténtico nexo de unión de esa diversidad de miradas— agotó todo su espacio y limitó su horizonte a lo estrictamente comunicativo, ya que los Foros ni pretendían ni podían iniciar un debate de mayor profundidad. Por ello, el posible impulso catalizador del debate en torno al ámbito de la comunicación social en España no tuvo correspondencia en otros, entre ellos el del desarrollo y el del cambio social. La estructura tan abierta y laxa que se creó no pudo aportar una reflexión profunda sobre esos conceptos que acompañan a la comunicación, y que en buena medida —está pendiente de investigarse— se fueron abriendo paso en los tres foros siguientes celebrados en Córdoba en 2010 y 2013, y en Castellón en 2015¹².

En cuanto a los ejes de desarrollo y cambio social, hemos podido constatar que en el sector de las ONGD se asume la vinculación de la historia de la cooperación internacional para el desarrollo en España con una visión “desarrollista”. Las causas pueden ser diversas. Seguramente tenga que ver con el retraso con el que nuestro país —a raíz de la dictadura franquista— se suma a este campo respecto a países europeos de nuestro entorno. No obstante, resulta interesante observar cómo, entre las personas entrevistadas

para nuestra investigación, se destaca que ha sido el trabajo “sobre el terreno” lo que les ha llevado a superar esa concepción desarrollista que consideran teórica y estrecha. Se señala también que fue desde la práctica diaria desde donde se generaron procesos sociales, capaces de desbordar la estrechez de la idea de “desarrollo” y su relación con los procesos de reflexión y autoorganización social.

Sin embargo, los encuentros sí contribuyeron en un primer momento a la toma de conciencia de la importancia de la comunicación para el desarrollo. En un segundo momento pudieron servir para constatar las asimetrías Norte-Sur y su influencia sobre las imágenes y mensajes (descodificación). Identificamos también un tercer momento en el que se comenzaron a construir nuevos discursos sustentados en los valores de la solidaridad y la justicia. Los grandes cambios que se propusieron en aquellos Foros, iban encaminados a asociar los procesos de comunicación y educación como un lugar de reflexión y acción estratégica en el trabajo de organizaciones y movimientos sociales. Aunque podemos sostener que aquellos Foros sirvieron, entre otras cosas, para comenzar a barruntar críticas al paradigma del desarrollismo, todo hace pensar que no existieron, en esos momentos, los suficientes mimbres teóricos para que ese cuestionamiento cuajara con la fuerza necesaria.

Algo similar podríamos decir respecto del concepto de cambio social. Paradójicamente, al colocar el foco en expandir el concepto de comunicación, no parece tan claro que los dos Foros pudieran aportar una reflexión significativa en el campo de la Comunicación para el Desarrollo o la Comunicación para el Cambio y la Transformación Social. Sin embargo, contribuyeron a sacar a la luz las grandes cuestiones de fondo que irán tomando forma en las acciones y debates posteriores.

5. Nuevos frentes y debates

Resulta evidente que las objeciones que hoy se plantean a una comunicación anclada en la vieja idea matriz de desarrollo en España, en la senda de los trabajos de autores como Chaparro (2015)

o Barranquero (2014), no se discutieron en Pamplona. Tampoco podía plantearse una línea de continuidad con las revisiones de una comunicación para el –otro– desarrollo o para el cambio social en la vía abierta de la mano de las últimas investigaciones de Quarry y Ramírez (2014), Tufte (2015) o Marí (2011, 2016), entre otros.

Lo que en ese momento no se pudo manifestar en el debate es que los límites de una comunicación para el desarrollo vienen limados, sobre todo, por la propia idea de desarrollo que la orientan y determinan. Preguntas como de qué estamos hablando cuando decimos “desarrollo” recobran nueva vitalidad en la sociedad actual. Y aquí el replanteamiento es mucho más amplio que una simple equiparación mediática, o incluso ética, de las imágenes de las realidades del Sur que podemos difundir. No es posible llegar a la cuestión de fondo si estamos ante una categoría matriz cimentada en un pensamiento e idea de sociedad finalista que, en justa coherencia, se obsesiona con la previsión, recurre al auxilio de la ingeniería social y aspira a planificar mecánicamente cada uno de sus pasos. Se trata de un peso ideológico de gran tonelaje, que le lastra a la hora de abrirse a la creatividad social y que adquiere dimensiones de drama en el nuevo escenario. En efecto, en una sociedad que no necesita permanentemente institucionalizar sus relaciones sociales, el desafío medular estriba en dejar el espacio suficiente a la dimensión creativa de la acción social. Esto indica que si estamos pensando en una sociedad global más o menos “finalizada”, es decir, que se mueve en la óptica nuclear de lo perfectible o que se plantea como la búsqueda desesperada del cambio posible.

Está por ver, y por investigarse, si los aportes teóricos latinoamericanos desde los que se partía en 2006, no se habían despojado todavía, lo necesario del influjo modernizante. Aunque se había avanzado mucho en la cuestión de la comunicación, no puede decirse lo mismo de la idea imitativa del desarrollo del Norte. Se hablaba, y de hecho, sigue hablando en el caso de las ONGD, de comunicaciones para el desarrollo. Cabe preguntarse entonces si se habían superado los paradigmas del desarrollismo, si se había

roto con la unidireccionalidad con la que la modernidad concibe al Tercer Mundo. En definitiva, merece la pena preguntarse si a los Foros les faltó la suficiente “descolonización epistemológica”, hasta el punto de plantearse si Europa es capaz de conocerse a sí misma desde fuera, como se apunta hoy desde postulados basados en la “descolonización”.

Lo dicho aquí también es válido cuando mentamos al cambio social. Toda sociedad que pretenda asumir la creatividad de lo social, pensar desde la perspectiva de un futuro infinito y apuntar hacia esos “inéditos viables” de los que habla Freire, no puede asumir de entrada las lógicas tradicionales y las teorías macrosociológicas sobre el cambio social sin ponerlas en tela de juicio y relativizarlas.

El asentamiento fructífero del enfoque de unas “Comunicaciones para el Cambio Social” (CCS) no puede seguir eludiendo dialogar con una Teoría del Cambio Social en la que pueda sustentarse. Los estudios muestran que todo intento de superar los límites de las perspectivas basadas en el emparejamiento entre comunicación y desarrollo desde un enfoque de cambio social, exigen profundizar y aclarar qué entendemos por este último concepto. Se hace necesaria una labor arqueológica, emprender una genealogía del concepto (Marí y Enghel, en Quarry y Ramírez, 2014:9), para conocer qué se esconde en sus raíces o en sus lecturas dominantes que puedan abrir o cerrar la llave de lo que Charro llama “comunicología de la liberación” (2015: 273).

Si, como parece, el concepto matriz de “desarrollo” no nos ha llevado muy lejos, tal vez resulte eficaz ponernos a pensar qué podemos denominar una comunicación para el cambio social, si reparamos en que repensar la comunicación y el cambio social exige desbordar el esquema de análisis sociológico medio/fin y superar la lectura dual que le presta sentido; en que resituar el problema en el escenario presente supone preguntarnos si es posible entroncar la comunicación y cambio social, sin abrazar un marco que asuma la contingencia y la creatividad de lo social como fenómenos irreversibles; y si colocamos como centro del análisis el mundo vivo, complejo y rico de las prácticas sociales y comunicativas de

las instituciones, ONG y ONGD. Dicho de otra manera, estamos ante tres cambios de actitud que dejarían entrever salidas al túnel epistemológico donde se encuentran las comunicaciones para el desarrollo. Irrumpe aquí la posibilidad de fijar en el centro del análisis esas prácticas sociales y comunicativas, lo que en nuestra propuesta llamaremos “la prioridad de la praxis”.

De todo lo dicho puede desprenderse que la categoría de cambio social puede ampliar el marco analítico-conceptual de la categoría-matriz de desarrollo —está por dilucidarse si puede complementarla o incluso sustituirla—, aunque esta elección no está exenta de problemas y desafíos. Es verdad que, hasta la fecha, la sociología no ha podido decirnos con certeza qué es eso del cambio social —hasta el punto de que el atractivo de este concepto resida precisamente en su indeterminación (Donati, 2006)—, pero cuando afinamos sí podemos conocer con rigor muchas de las características fundamentales de ese cambio.

Si bien el cambio social ya no puede entenderse como la historia de un avance automático de los procesos de racionalización y diferenciación, ni con la pretensión que dio vida a la sociología, de comprender la transición de la sociedad tradicional a la moderna (orden urbano, industrial y capitalista), hoy viviríamos también en un momento de transición radical. Nos referimos a un nuevo escenario de aceleración social, que para comprenderlo exige alejarnos de los grandes esquemas históricos y teóricos que se han ocupado de explicar el cambio social (evolucionismo, teorías cíclicas y materialismo histórico), para fijarnos en cambios sociales concretos, situados en el tiempo, localizados y producidos por actores —individuales y grupales— identificados (Sztompka, 2002).

La complejidad de la idea de cambio social nos lleva a ser prudentes en las respuestas. Hoy podemos decir que, sociológicamente hablando, ya no tiene sentido pensar a estas alturas en una teoría general del cambio social, y que cualquier aproximación rigurosa a su realidad actual no puede eludir las sacudidas producidas por la irrupción en escena de planteamientos fundamentados en términos como “relaciones sociales”, “movilidad”, “contingencia”, “discontinuidad”, “comunicación” o “creatividad social”,

entre otros. Sin embargo, sí podemos avanzar en la elaboración de teorías adaptadas del cambio social si lo entendemos como algo concreto y empírico, es decir, si adoptamos una perspectiva “práctico-teórica”. Una lectura así nos permitiría ir dando cuenta de las evoluciones de los sujetos y de las estructuras desde cada caso particular. Y, lo que parece más importante, nos permitiría ir elaborando herramientas y metodologías aplicadas, haciendo posible su medición y evaluación. Quarry y Ramírez (2014), por ejemplo, apuestan por unas prácticas sobre el terreno “emancipadas de pre-conceptos”, que revierten el proceso tradicional de la concepción de la comunicación para el desarrollo. También Tufte (2015) se inclina por prestar especial atención a los trabajos e investigaciones basados sobre todo en las prácticas.

En definitiva, los límites de los dos primeros Foros estaban marcados de antemano, pero se percibe que las siguientes tres ediciones –aunque esto debe seguir estudiándose con detalle– contribuyeron en el avance de los nuevos debates. En ese sentido, concluimos que debemos continuar investigando hasta qué punto se están aportando pistas para contribuir a esas discusiones, en las que vislumbramos dos líneas fundamentales concatenadas: una primera que gira en torno al significado profundo hoy en día de la idea de cambio social en la sociedad global, la luz de las aportaciones del pensamiento de la decolonialidad y de las epistemología del Sur; y una segunda que nos remite a la construcción de una cultura de solidaridad desde el descubrimiento de la alta relacionalidad de los movimientos y organizaciones sociales, y desde el diseño institucional y la participación democrática en la toma de decisiones. Nos encontramos, por tanto, con dos tareas pendientes.

Notas

1. Véase: <http://www.comunicacionyciudadania.org/comunicacion/>
2. Esta investigación se realizó en el marco del proyecto de I+D del MINECO “Evaluación y monitorización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España: diseño de indicadores para la medición de su incidencia social” (CSO2014-

52005-R) (2015-2017) donde también se insertó el I Congreso internacional “Eval-ComDev” celebrado en Jerez de la Frontera en mayo 2017, en el que presentamos nuestros resultados.

3. El I Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía nació como tal después de un encuentro cerrado toda una tarde en un hotel de Pamplona, en el que el grupo de fundadores se había reunido para intercambiar experiencias y opiniones. Las horas de debate, reflexiones y directrices organizativas se anotaron en papelógrafos que, por descuido, fueron presuntamente recogidos por el personal de limpieza. Este hecho llevó al heterogéneo grupo de unas 30 personas a intentar localizar el trabajo escrito entre los contenedores de las calles adyacentes, sin obtener ningún resultado positivo. Finalmente los documentos aparecieron inexplicablemente, para alivio del equipo organizador. Esta anécdota se contó en el acto de inauguración del Congreso Internacional Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social, V Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía, celebrado en la Universitat Jaume I de Castellón en 2015, para relacionar el hecho con la ambición de la que partían los Foros de llevar la reflexión y acción comunicativas a la ciudadanía, a la propia calle. Véase: <http://www.comunicambio2015.uji.es/videos/>

4. Es el caso de Miguel Romero, Víctor Marí, Javier Erro, Teresa Burgui, Montse Santolino, Carlos Güimaraes, Víctor Sampedro o Manuela Mesa.

5. Por otra parte, en la “línea académica” sus integrantes también mantenían una relación directa con el campo de la práctica en los movimientos sociales: Sampedro y Jerez (Red con Voz); Marí (Movimientos educativos); Nos Aldas (Cátedra UNESCO de Cultura de Paz).

6. En 1987 el autor hispano-colombiano publica su obra fundamental “De los medios a las medicaciones. Comunicación, cultura y hegemonía” y “Procesos de comunicación y matrices culturales de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista”. Han visto la luz otras entregas de la importancia de “Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva” (1999, junto a Germán Rey), “Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura” (2002) o “La educación desde la comunicación” (2003). Acaba de editar una nueva obra titulada “Jóvenes entre el palimpsesto y el hipertexto” (2017). Sobre la obra de Martín-Barbero puede verse la tesis de Amparo Marroquín Parducci (2015) “La categoría de lo popular-masivo en el pensamiento de Jesús Martín-Barbero”. Véase:

http://www.academia.edu/12253841/La_categoria_de_lo_popular-masivo_en_el_pensamiento_de_Jes%C3%BAs_Mart%C3%ADn_Barbero

7. Véase: http://www.comunicacionyciudadania.org/comunicacion/foro2007/pdfs/taller/OR_esteticas_y_activismos.pdf

8. Aquí se alimentó una amplia línea de trabajo, que abarca autores como García Matilla, Sierra, Ferres, Nos Aldás, Sampedro, Erro, Pagola, etc.

9. Véase: <http://www.cicbata.org/>.

10. Véase:

http://www.comunicambio2015.uji.es/wp-content/uploads/2014/07/CfP_cast.pdf.

11. Marí reflexiona sobre esta cuestión en:

<https://www.facebook.com/victor.mari.73/posts/1496864097072282> (05/12/17). En-

rique Bustamante también denunció esta situación en su conferencia «La investigación en comunicación en España: luces y sombras», en el IV Congreso Nacional de Metodología de la Investigación en Comunicación, y en el Simposio sobre el Proyecto Map-Com en la Universitat Jaume I de Castelló los días 23 y 24 de noviembre de 2017: <http://www.mapcom.es/produccion-cientifica/iv-congreso-tmic> (05/12/17). El académico Jaume Soriano habla de “El efecto ANECA”:

<http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/286.pdf> (05/12/17); y Pere

Masip de los “efectos del efecto ANECA”: <https://www.revistacomunicar.com/pdf/2011-04-Masip.pdf> (05/12/17).

12. Véase Córdoba: <http://www.comunicacionyciudadania.org/comunicacion/>; véase

Castellón: <http://www.comunicambio2015.uji.es/programa-esp/>.

Bibliografía:

ALFARO, R.M. (2006). *Innovaciones en Comunicación y Desarrollo*. Perú: Calandria.

BARRANQUERO, A. (2014). Comunicación, cambio social y ONG en España: pistas para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos elementos comunicacionales, el caso del 15M. *COMMONS*. 3(1). 6-33.

CHAPARRO, M. (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Colombia: Ediciones desde abajo.

DONATI, P. (2006). *Repensar la sociedad*. Madrid: Eiusa.

ERRO, J. & VENTURA, J. (2003). *El trabajo de comunicación de las ONGD en el País Vasco*. Bilbao: Hegoa.

ERRO, J. (2002). *Comunicación, desarrollo y ONGD*. Bilbao: Hegoa.

ERRO, J. (2001). Las prácticas comunicativas de las ONGD. De la comunicación mercadeada a la construcción de una mirada comunica-

- cional, en *Directorio de ONGD 2000*. Coordinadora de ONGD de España. Páginas 51-72. Madrid.
- LÓPEZ REY, J. A. (2001). *El Tercer Sector y el mercado: conflictos institucionales en España*. Madrid: CIS.
- MARÍ, V. (2016). *Comunicaciones ininterrumpidas*. Madrid: PPC.
- MARÍ, V. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la información desde una perspectiva de cambio social*. Madrid: Popular.
- MATA, M.C. (2003). *Medios: ¿Desde dónde pensar la acción ciudadana? Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina*. *Veedurías y observatorios*. Buenos Aires: La tribu. Pp. 22-27.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1978). *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: Ciespal, Colección Intiyán.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1987). *De los medios a las medicaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1988). *Procesos de comunicación y matrices culturales de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: FELAFACS/Gustavo Gili.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1996). *Pre-Textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Colombia: Universidad del Valle, pp. 150.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1998). "De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos", en María Cristina Laverde Toscano y Rossana Reguillo, *Mapas Nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Colombia: Fundación Universidad Central, p. 202).
- MARTÍN-BARBERO, J. y REY, G. (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latino-americanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2003). *La educación desde la comunicación*. Bogotá: Norma.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2017). *Jóvenes entre el palimpsesto y el hipertexto*. Barcelona: Nuevos Emprendimientos Editoriales.
- MIRALLES, A.M. (2006). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Norma.

- REGUILLO, R. (1998). “Rompecabezas de una escritura: Jesús Martín-Barbero y la cultura en América”. Jesús Martín-Barbero. María Cristina Laverde Toscano y Rossana Reguillo, *Mapas Nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Colombia: Fundación Universidad Central. Pp. 79-90.
- REY, G. (2003). “Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina”. *Veedurías y observatorios*. Buenos Aires: La tribu. Pp. 12-22, p.12.
- RINCÓN, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona. Gedisa.
- QUARRY Y RAMÍREZ (2014). *Comunicación para otro desarrollo. Escuchar antes de hablar*. Madrid: E. Popular.
- SZTOMPKA, P. (2002). *Sociología del cambio social*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- TUFTE, T. (2015). *Comunicación para el cambio social. La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*, Barcelona: Icaria.

Biografías

Javier Erro Sala.

Universidad Pública de Navarra (UPNA).

josejavier.erro@unavarra.es

Doctor en Sociología por la UPNA y Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra. Profesor e investigador en comunicaciones para el desarrollo en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) de El Salvador (1993-1998), y profesor invitado en la Universidad de Deusto y en la Universidad Jaume I de Castelló, entre otras. Ha sido Coordinador de la Fundación Mundubat en Navarra (2004-2011) y ha publicado más de una cincuenta de libros, artículos, periódicos y especializados, entre los que destacan: *Comunicación, Desarrollo y ONGD* (Hegoa, 2002). *Descubrir y construir procesos de comunicación social. Aportes para diseñar políticas, estrategias y estructuras de comunicación en las ONGD* (Hegoa, 2003), *La si-*

tuación de comunicación de las ONGD en la Comunidad Autónoma Vasca (Hegoa, 2003), y, con Teresa Burgui, *Comunicando para la solidaridad y la cooperación: cómo salir de la encrucijada* (Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía, 2011).

Lohitzune Zuloaga Lojo.
 Universidad Pública de Navarra (UPNA).
 lohitzune.zuloaga@unavarra.es

Doctora y licenciada en sociología por la UPNA. Sus principales líneas de investigación son las políticas de seguridad ciudadana, el terrorismo y la violencia de género, asuntos sobre los que ha publicado diversas contribuciones, entre los que destaca: *El espejismo de la seguridad ciudadana. Claves de su presencia en la agenda política* (Catarata, 2014). Actualmente se encuentra explorando las relaciones entre seguridad, desarrollo y cambio social. Miembro del grupo de investigación *Cambios sociales* del departamento de Sociología. Investigadora visitante en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) de El Salvador y en el Centro de Estudios en Seguridad Ciudadana (CESC) de la Universidad de Chile.

Juan Pagola Carte.
 Universidad de Deusto.
 juan.pagola@deusto.es

Periodista, licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco y Doctor en Comunicación en la Universidad de Deusto. Profesor titular en el Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Ha impartido asignaturas relacionadas con la ética de la comunicación, la transmisión de valores, la comunicación para el desarrollo y la comunicación organizacional. De 2005 a 2012 se responsabilizó de la dirección del Máster Oficial EiTB-Deusto en Gestión de la Comunicación Audiovisual, Empresarial e Institucional y desde 2014 es vicesecretario de Facultad. Coautor junto a Arantza Echaniz del libro *Ética del profesional de la comunicación* (2004), editado

también en Brasil en lengua portuguesa. En 2009 publicó *Comunicación para el desarrollo: La responsabilidad en la publicidad de las ONGD*, y en 2012 editó junto a Elvira C. García Vidales *Proyectos de Comunicación*. Acaba de publicar *Ética profesional para una comunicación como encuentro* (Biblioteca Nueva, 2017).

El caso de IEPALA: una comunicación crítica y transformadora al servicio de los pueblos y los derechos humanos

CARLOS PELÁEZ-PAZ.

Universidad Complutense de Madrid

1. Introducción

Presentamos algunas de las conclusiones del estudio de caso, realizado en el marco del proyecto I+D Evalcomdev¹, del Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África (IEPALA), organización impulsora del desarrollo y defensora de los derechos humanos y de los pueblos. Desde sus primeras actividades a mediados del siglo XX, atesora una larga experiencia en el desarrollo de iniciativas de solidaridad entre los pueblos y de cooperación internacional. En todo este tiempo ha tenido un papel pionero, creativo e innovador, desde la publicación de las primeras obras de Paulo Freire que aparecieron en España hasta la incorporación de las nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación para el cambio social. A lo largo de su historia ha sido una referencia clave en el ámbito de la comunicación y el cambio social para militantes y activistas, el mundo académico, profesionales de la cooperación al desarrollo y la sociedad en general.

Queremos describir el quehacer de IEPALA de modo que podamos comprender cómo se construyen tanto su pensamiento como sus decisiones y acciones estratégicas. Después de presentar el marco de la investigación, expondremos las claves fundacionales y las influencias presentes en la gestación de la forma de pensar y de actuar de IEPALA y, a continuación, intentaremos sistematizar su trayectoria a través de la identificación y caracterización de distintas fases de su acción. Aunque sabemos que muchas cuestiones se quedarán en el tintero, sobre todo teniendo en cuenta la extensa actividad desplegada a lo largo de tanto tiempo y en contextos tan diferentes, el estudio del recorrido de IEPALA nos deja un legado de utopía y lucha.

Actualmente la Fundación IEPALA se encuentra en proceso de desaparición, pero no así su proyecto, que continúa a través de su Editorial, del Instituto Universitario Rafael Burgaleta IEPALA-UCM y de otros espacios creados a lo largo de su trayectoria. En los tiempos difíciles que viven como organización, queremos agradecerles su colaboración en esta investigación, pero sobre todo el inmenso trabajo realizado a lo largo de décadas por las personas que han pertenecido a IEPALA, por su compromiso histórico y su solidaridad. De modo especial queremos mencionar a dos personas que simbolizan la trayectoria del Instituto y sin las que no se puede entender lo que ha supuesto en el panorama nacional e internacional de la solidaridad y la cooperación: Juan Carmelo García, Presidente de la organización, pensador y luchador infatigable, y María Pilar Colchero, su Directora General, comprometida y absolutamente entregada al común. Ambos son referentes a los que queremos agradecer su dedicación y fidelidad al proyecto de lucha por la justicia social y de la solidaridad con los Pueblos del Sur que ha representado IEPALA.

2. Descripción de la investigación

Partimos de la idea de que la comunicación es fundamental en la lucha por el poder en la medida que es el intermediario entre la

persona y su entorno social y natural (Castells, 2009). En ese sentido, existe una fuerte relación entre los ciclos de movilización y los ciclos epistemológicos, lo que implica acercarse a los momentos históricos para captar el mundo de ideas y de la acción sociopolítica que la permean (Calle, 2007). El estudio de la historia y actividad de IEPALA ha tenido en cuenta la interrelación entre las estrategias de la entidad y el contexto en el que éstas se producían. Así, la investigación ha incorporado, en línea con las aportaciones de Castells (1997) y Da Silva (2004), las dimensiones socioculturales, económicas y políticas al estudio y comprensión de los procesos globales que acompañan la vida de IEPALA.

El planteamiento metodológico ha seguido el enfoque cualitativo y, en concreto, el método del estudio de caso entendido como una estrategia de investigación que busca comprender las dinámicas que se dan en contextos concretos y singulares. Esta metodología permite orientar el estudio al desvelar las relaciones entre una situación particular y su contexto mediante razonamiento inductivo (Bonache, 1999; Chavarría Navarro, X., Hampshire, S. & Martínez, F., 2004; Coller, 2005). Las técnicas de investigación utilizadas han sido las entrevistas en profundidad a directivos y personal técnico de la entidad, el análisis de documentos escritos y audiovisuales y la línea de tiempo.

3. Creación de IEPALA y corrientes fundacionales de pensamiento y acción

Inicialmente, esta organización fue creada por un conjunto plural y diverso de profesionales, técnicos, científicos sociales y activistas sociopolíticos. Nació como Instituto de Estudios Políticos para América Latina (IEPAL) en Montevideo, en mayo de 1955, hasta que en el año 1973 “desapareció como tantos” durante la dictadura uruguaya. Al inicio de 1956 comenzó su actividad en España prácticamente en la clandestinidad, pues en pleno franquismo no existían marcos jurídicos para crear y legalizar asocia-

ciones. Su objetivo era crear un vértice de intercambio de ideas y experiencias entre América Latina y el África emergente en un contexto colonial atravesado por las luchas por la independencia y los procesos de descolonización. En ese momento, y por ese motivo, se añadió la A de África de modo que lo que hasta ese momento se llamaba IEPAL se reconvirtió en IEPALA.

La aprobación de la Ley de Asociaciones de 1964 permitió que sus miembros solicitasen su inscripción en el registro y se reconociese como asociación el año siguiente. Es entonces cuando publicaron la “Ética del Desarrollo”, tesis doctoral de Goulet (1965), en una España que vivía en plena euforia del “desarrollismo opusdeísta”, etiqueta con la que los miembros de IEPALA calificaban a las políticas de planificación del desarrollo promovidas en esos años en nuestro país. Los contenidos de esta publicación juzgaban la totalidad de ese modelo negativamente, justificando su crítica en el enorme costo humano al que el desarrollismo sometía a los empobrecidos del mundo rural y periurbano de aquel entonces. En aquel momento esta visión ética y crítica del desarrollo supuso una “matriz paradigmática” de la voluntad, responsabilidad y compromiso a cumplir por la organización.

Siguiendo a Martínez Navarro (2017), la principal denuncia de los pioneros de la ética del desarrollo, como fueron el francés Lebreton y el estadounidense Goulet, se podría resumir en dos puntos. Primero, la tendencia a identificar el desarrollo como un asunto exclusivamente económico, medible por indicadores cuantitativos, olvidando aspectos como la equidad en la distribución de la riqueza y la satisfacción de las necesidades básicas de la población. Segundo, el uso de un concepto de desarrollo que propugna un modelo orientado a la industrialización y la modernización, esta última entendida como el abandono de formas de vida tradicionales y la adopción de modos de producción, de propiedad y de consumo típicos de Occidente. En consecuencia, esta forma de entender el desarrollo ignora las potencialidades de otros posibles modelos de desarrollo tradicionales enraizados en lo local.

Desde el inicio, en IEPALA estuvieron presentes dos corrientes de pensamiento y acción que confluyeron en la cimentación de

los planteamientos de la organización y definieron su orientación política y su misión. En primer lugar, en su fundación participó la corriente europea de “Economía y humanismo”, surgida en la Resistencia Francesa contra la invasión nazi, como resistencia y propuesta crítica frente a los totalitarismos y al patrón económico dominante en la reconstrucción europea. Algunos de ellos eran educadores españoles que habían participado en la Institución Libre de Enseñanza y se exiliaron en Francia a consecuencia de la Guerra Civil.

En segundo lugar agrupó una corriente identificada con el movimiento intelectual, ético, social y político del Tercermundismo, pensado como una alternativa posible, como un mundo distinto a los sistemas del Primer mundo –democracia burguesa, capitalismo, poder- y del Segundo mundo –mitificación del estatismo al margen de las colectividades y los pueblos-. En este sentido, algunos hitos importantes acontecidos durante este periodo inicial fueron la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) y, sobre todo, la celebración de la Conferencia de Bandung en 1955, reunión de Estados africanos y asiáticos que recién habían alcanzado su independencia, donde se fue configurando la idea/doctrina del Tercer Mundo. Esta visión no entendía el Tercer Mundo como un lugar paupérrimo a desarrollar, al contrario, su propuesta era la de favorecer un proceso amplio de soberanía y construcción progresiva del “desarrollo propio”, desde abajo y desde dentro de los pueblos libres y de las culturas emancipadoras de las naciones emergentes. El empeño surgido en Bandung se prolongó a lo largo del proceso de la descolonización y sus concreciones histórico-estructurales, y generó en los miembros de IE-PALA “la convicción de que, para que haya independencia y Desarrollo -con Democracia y Derechos Humanos...-, es imprescindible superar los lastres estructurales que dejaron los colonialismos y las mil torpezas y felonías de la descolonización...” (IEPALA, s.f.)

De este modo, la organización nació a partir de una confluencia entre marxistas críticos con el estatismo estalinista y cristianos críticos pertenecientes al movimiento Economía y Humanismo que cons-

truyeron su pensamiento a partir de las filosofías humanistas y de las teologías política y, posteriormente, de la liberación. Además de la crítica a la neoescolástica y al marxismo reinante en aquel momento, el Personalismo de Mounier fue una más de las referencias claves que se integraron en el sistema de pensamiento que fue creciendo y depurando la organización. Todas ellas dieron forma a la concepción de lo político que sería constitutiva del modo de pensar, expresarse y actuar de IEPALA para dar respuesta a la realidad. Una última influencia, sin ser exhaustivos, fue el anclaje de la organización en América Latina que posibilitó un “proceso de aprendizaje de sus movimientos sociales y organizaciones y populares que acabaron siendo la gran escuela de hechura para, de forma radical, ponernos al servicio de los pueblos del Sur” (Directivo de IEPALA, comunicación personal).

Esta identidad se ha mantenido desde un inicio hasta la actualidad, adaptando las formas de acción y los objetivos operativos a nuevos contextos y situaciones históricas cambiantes, pero manteniendo la idea de construir una propuesta de trabajo desde el pensamiento crítico organizada en los siguientes frentes de acción:

- el análisis crítico, el estudio interdisciplinar y la formación,
- la cooperación internacional al desarrollo,
- la información, comunicación y educación al desarrollo,
- la defensa y promoción de los Derechos Humanos y el Derecho de los Pueblos.

Los miembros de IEPALA han entendido y entienden el cambio social como transformación de las estructuras políticas, económicas, éticas y sociales que suponen condiciones de posibilidad para la dominación y la explotación. En consecuencia, el Desarrollo ha sido un concepto problematizado constantemente a partir de una visión emancipadora desde la lucha contra el colonialismo y el imperialismo, en paralelo con las condiciones sociohistóricas de los procesos políticos y el repertorio de formas de acción colectiva de cada momento.

La visibilización de la realidad de los pueblos del Sur se convirtió, así, en el centro del trabajo de la organización, en el que tam-

bién se encontraba el fortalecimiento de la ‘Sociedad Civil Organizada’. Ambos – visibilización y fortalecimiento- se han comprendido como los instrumentos clave en el desarrollo del proceso transformador y han jugado un papel central en la configuración del proyecto de IEPALA y su dimensión comunicativa y educativa. Las organizaciones africanas, latinoamericanas y asiáticas han estado siempre en el núcleo del proyecto como protagonistas y no como meras destinatarias o beneficiarias.

En paralelo, la comunicación para el cambio social ha sido siempre un instrumento al servicio de un discurso político y liberador, puesta al servicio del conocimiento de la realidad de los pueblos del Sur, de la difusión del pensamiento crítico, de la construcción de sociedad civil y organización popular, de la animación comunitaria, la educación popular, el trabajo en red y todos aquellos ámbitos en los que se han desarrollado las luchas populares y liberadoras.

4. Recorrido global y trayectoria de IEPALA

A partir del momento en el que, en tiempos de clandestinidad, los precursores de IEPALA deciden constituirse como equipo de trabajo “pase lo que pase”, se pueden identificar diferentes etapas en las que la institución despliega distintos tipos de estrategias y actividades. Detrás de esos cambios se encuentran las transformaciones globales y locales que han ido modificando las condiciones estructurales, los acontecimientos sociales, las tendencias sociopolíticas del momento los ámbitos temáticos más significativos en cada momento, las características de los movimientos sociales y su repertorio de formas de acción. Es el dinamismo de las condiciones sociohistóricas lo que ha conllevado la redefinición constante de las estrategias, modos de organización y actividades concretas que ponía en marcha la organización como correlato de las formas de lucha y organización global de los movimientos críticos. En el fondo el mundo y España cambian y IEPALA va cambiando con ellos en su forma de acción aun manteniendo sus

principios y posiciones fundacionales, transitando desde una praxis crítica basada en la lucha revolucionaria y emancipadora en la semiclandestinidad hasta la adaptación a los cambios del mundo post-muro de Berlín.

De este modo podemos diferenciar cuatro grandes etapas en el actuar de IEPALA, desde los antecedentes inmediatos al final de la Guerra Civil en España y su fundación en América Latina, hasta la actualidad, en la que su actividad se ve reducida por los problemas de viabilidad económica. En el siguiente cuadro sinóptico encontramos las fases que proponemos para comprender la trayectoria de IEPALA para posteriormente describir con mayor detalle cada una de ellas.

TABLA I. ETAPAS DE LA TRAYECTORIA DE IEPALA

Periodo	Fase organizativa	Contexto global	Contexto local	Iniciativas referentes
1041-1970.	Antecedentes y semiclandestinidad	Descolonización y procesos revolucionarios	Dictadura franquista	Formación y publicación de libros y materiales (Editorial IEPALA)
Años 80	Transición y Reestructuración	Culmen de la Guerra Fría, revolución conservadora y neoliberal, Consenso de Washington	Transición política, desarrollo de la cooperación, crecimiento ONGD.	Centro Documental "Marianella García Villas". Creación de la CONDG
Años 90	Cooperación y tecnología.	Post-muro de Berlín e inicio de la globalización y la sociedad de la información, Conferencias internacionales	Consolidación, estabilización y desarrollo de las ONG y la ayuda y cooperación al desarrollo, modelo desarrollista versus modelo cambio estructural. Integración en Europa.	Instituto Universitario y Red Eurosur
Siglo XXI	Alternativa Global	Hegemonía neoliberal y resistencias, desarrollo de la globalización neoliberal	Institucionalización irregular de la cooperación, entre la irrelevancia y el ascenso. Expansión de políticas y pensamiento neoliberal. Crisis económica y sus consecuencias: cambios sociopolíticos, crisis en la cooperación, reestructuración del sector, fortalecimiento de los movimientos sociales.	Portal Gloobal y FIDC: Red de Antenas Regionales. Escuela Internacional

FUENTE: elaboración propia

4.1. *Antecedentes y (semi)clandestinidad*

Podemos identificar una larga etapa inicial que va desde los antecedentes inmediatos y la creación formal de IEPALA (inicialmente IEPAL), hasta el tardofranquismo y el inicio de la transición española. Esta etapa está marcada por su identidad revolucionaria y semiclandestina, al igual que la mayoría de las organizaciones transformadoras que operaron durante el franquismo. Sus bases ideológicas y políticas se fundamentan en los principios y reflexiones que hemos descrito en el epígrafe anterior al narrar su proceso de creación. Este periodo engloba desde el año 1941 con los antecedentes de los miembros de la corriente Economía y Humanismo, pasando por la década de los 50 en la que se fundó en Uruguay y comienza su actividad “discreta” en pleno franquismo, hasta finales de los años 70 en los que comenzó la transición política en nuestro país.

El contexto global durante esta fase se caracteriza por el conflicto entre los bloques surgidos de la II Guerra Mundial, el proceso de descolonización, la proliferación los movimientos revolucionarios que operan a lo largo y ancho del planeta y, en España, el desarrollismo franquista. Así lo narran ellos mismos:

Para entender lo que aún hoy seguimos siendo, es necesario saber qué pasó en el entorno de la II Guerra Mundial y en los años de la Reconstrucción Europea...; y qué pasaba en el Mundo durante la década de los años 50, y más en concreto, con el surgimiento del Tercer Mundo (relacionado también con el largo proceso de construcción de las Comunidades Europeas –desde la vieja Comunidad del Carbón y del Acero hasta el actual Tratado de Lisboa por el que se pretende establecer una Constitución Política para Europa- y sobre todo en los duros procesos de Descolonización e Independencia de los Pueblos que reivindicando su Derecho a la Autodeterminación lograron liberarse de las metrópolis del Norte y llenar de sentido, al menos teórico, jurídico y político al ideal de la Cumbre de Bandung... (IEPALA, s.f.).

El eje común que define claramente la actividad de IEPALA a lo largo de estos años es su apoyo a los procesos transformadores de

clase y a las luchas revolucionarias impulsadas por organizaciones campesinas y trabajadoras a lo largo y ancho del mundo. Como ejemplo sirva la experiencia vivida en varios viajes a países del Sur en los que realizamos trabajos de cooperación (República Dominicana, Mozambique, Angola y otros). En ellos hemos podido apreciar la profundidad de las relaciones que establecieron los miembros de IEPALA al hablar con figuras relevantes del mundo político o de la sociedad civil. En las conversaciones mantenidas ha surgido el recuerdo de la figura de Carmelo, presidente de IEPALA, cargado de reconocimiento y afecto solidario, con referencias a sus continuos viajes y a su apoyo incondicional - teórico y material - en la época en la que el accionar de los movimientos de liberación y las organizaciones sindicales, obreras, educativas y sociales bullían en medio de las revoluciones, la represión, las ocupaciones militares y la lucha por los Derechos Humanos y la Democracia.

Cuando la entidad definió su misión partieron de esta experiencia originaria, la cual les llevó a comprender que la función que debían desempeñar consistía fundamentalmente en el análisis, la formación y el apoyo a los procesos del Tercer Mundo tal y como lo comprendía Bandung, lo que han formulado como “activar la razón, el sentido y la acción ante las exigencias de la transformación social de la realidad” (Directivo de IEPALA, comunicación personal). Su trabajo se orientó a dar consistencia a un análisis y pensamiento político y social sobre el mundo y a difundir los saberes transformadores, muchos de ellos generados desde el Sur. El tipo de prácticas asociadas a esta etapa fueron:

- Acciones formativas dirigidas a personas con capacidad de adquirir conciencia crítica y convertirse en agentes transformadores y grupos de trabajo de pensamiento.
- Estudios políticos de la situación de los pueblos y su difusión mediante publicaciones como la ya mencionada “Ética para el Desarrollo” completada con unos “Léxicos” sobre Política, Economía, Sociología.
- Apoyo económico, político y de todo tipo a las organizaciones y los procesos iniciados en América Latina, Asia y África.

En este tiempo se crearon y desarrollaron las bases de pensamiento y acción del Instituto y se gestó su dimensión internacional, que entendieron como el escenario eficaz donde proyectar sus acciones de solidaridad y cooperación a favor de todo proyecto al servicio de los pueblos del Sur. Estas señas de identidad siguen haciendo reconocible a IEPALA a pesar de los cambios de contexto y de todas las mutaciones y metamorfosis organizativas que han tenido en su larga historia.

4.2. Transición y reestructuración.

Durante la década de los 80 se iniciaron grandes transformaciones globales a las que se sumaron los cambios producidos en España durante la llamada transición. Intentaremos analizar algunos aspectos que explican las decisiones y el rumbo tomado por la entidad en ese momento.

Los procesos descolonizadores iniciados en 1947 ya habían culminado con la autodeterminación de las colonias portuguesas en los 70. A lo largo del mundo, la mayoría de las luchas revolucionarias habían finalizado o estaban a punto de hacerlo, bien victoriosas, bien derrotadas. En el momento en el que el proceso político de descolonización finalizó, surgieron las propuestas críticas de las teorías poscoloniales, impulsadas por la obra “Orientalismo” de Edward Said (1978) entre otras. Esta reflexión intentaba revelar la pervivencia de situaciones institucionales, culturales y modos de conocimiento que habían sido producidos por los colonizadores y que perpetuaban los mecanismos de subordinación y poder de la época colonial. Sus primeros análisis denunciaban las imágenes y los estereotipos con los que Occidente había definido y representado a los pueblos colonizados para legitimar su dominación.

A lo largo de los años 80 pudimos asistir a un recrudecimiento de la Guerra Fría y las tensiones entre los dos grandes bloques, oposición que acabó al final de la década. En particular, de estos años podemos destacar los cambios producidos en la antigua Unión Soviética con la llegada al poder de Gorbachov en 1985, que puso en marcha las políticas de *glasnot* (apertura), que busca-

ban la liberalización del sistema político, y *perestroika* (reestructuración), que pretendían reformar la estructura económica de la Unión Soviética. El hundimiento definitivo de la URSS y, en 1989, la caída del Muro de Berlín, permitieron, y en cierto modo también mostraron, la victoria de la revolución conservadora pilotada por Reagan y Thatcher y su aplicación económica, el neoliberalismo. Así, se fueron conformando las bases que darían paso al proceso de globalización y al imperio de la ideología neoliberal como pensamiento único.

Mientras en España avanzaba la transición postfranquista y el desarrollo de un mínimo Estado del Bienestar. En este marco se definió el nuevo papel que debía tomar en la España democrática la sociedad civil y sus organizaciones, y se reorganizó por completo el mapa asociativo con el auge, a finales de los años 80, del fenómeno español de las ONG. No sólo supuso un aumento cuantitativo, sino que también significó un cambio de modelo de las organizaciones sociales hacia un asociacionismo más pragmático, dirigido a la gestión y subvencionado, acorde con el fomentado por las administraciones públicas (Rodríguez Cabrero, 2003; Alberich, 2007).

En esta fase IEPALA tomó un papel muy activo, y además del apoyo a los procesos transformadores del Sur, participó en la concientización de una sociedad española inmersa en un proceso de cambio sociopolítico y en la configuración y sentido de la sociedad civil. De hecho tomó parte activa y protagonista, con otras ocho entidades, en la creación de la coordinadora de ONG para el Desarrollo (CONGDE)² en el año 1986, así como de otras redes y asociaciones, entre ellas la Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR), de la que son socios fundadores.

En el escenario internacional, después de los años de trabajo en las décadas anteriores, el Instituto había tejido una profunda y tupida red de relaciones y colaboración con organizaciones transformadoras de los países de África, Asia y América Latina, y en los años 80 utilizó este nexo y su bagaje relacional para visibilizar la realidad de esas zonas geográficas y el trabajo de las organizaciones. IEPALA continuó sirviendo de altavoz para la informa-

ción, denuncias y datos que llegaban de los países del Sur en sus luchas emancipadoras en un nuevo marco del conflicto.

Los miembros de IEPALA señalan que uno de los acontecimientos claves en esta etapa fue el asesinato, en 1983, de Marianella García Villas, filósofa y abogada salvadoreña, presidenta de la Comisión Independiente de Derechos Humanos de El Salvador (CDHES), mientras documentaba una serie de violaciones de derechos humanos. Con este caso, la entidad tomó conciencia de la importancia de informar y visibilizar las violaciones de derechos humanos como estrategia de solidaridad y protección. Por esa razón crearon el Centro de Información y Documentación Marianella García cuyo fondo documental estaba compuesto por monografías, literatura gris y publicaciones seriadas en soporte papel.

Este fondo se construyó, inicialmente, con los documentos que iban enviando distintas organizaciones de América Latina y con muchas personas y grupos organizados de África y de Europa. Hemos de destacar la riqueza e importancia de la literatura gris de este fondo, el cual contiene documentos que, en muchos casos, ni siquiera los movimientos sociales o instituciones que los generaron disponen ya de ellos. Un ejemplo es el estudio que dio lugar a la publicación por la Editorial IEPALA del libro del periodista Mario Amorós “Argentina en el archivo de IEPALA 1976-1983” (2011), como contribución a la recuperación de la memoria histórica de este país.

Además de la comunicación y difusión especializada de la información, el CID también se ocupaba de la organización y ejecución de los cursos no universitarios impartidos por IEPALA. Este centro es el germen de algunas de las acciones de comunicación que posteriormente se irán articulando hasta cristalizar en el portal Gloobal, dedicado a la cooperación internacional en red, que describiremos más adelante.

4.3. Cooperación y Tecnología

Después de la caída del muro de Berlín y ya en los años 90, surgió claramente un nuevo orden mundial a partir de la expansión de la globalización neoliberal. En ese contexto, las políticas de des-

arrollo tomaron como referencia un conjunto de medidas y recomendaciones de política económica de corte neoliberal formuladas por Williamson (1990). Sobre este paquete de políticas existía un consenso entre instituciones como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM) y el Departamento del Tesoro de EE.UU., todas ellas con sede en Washington, por lo que Williamson acuñó el término “Consenso de Washington” para referirse a ellas. De hecho, llegó a titular el segundo capítulo del libro: “Lo que Washington quiere decir cuando se refiere a reformas de políticas económicas”.

La activa participación de estas instituciones en el diseño de las políticas económicas globales sirvió para el diseño de las políticas económicas en los países latinoamericanos, y emergentes en general, y actualizó el concepto de desarrollo alrededor del crecimiento económico, la libertad de mercado y el Estado mínimo. La globalización neoliberal y el pensamiento único tomaron forma y se convirtieron en el eje de un nuevo orden económico político y cultural. En él las tecnologías de la comunicación y la información han servido como instrumento para generar, entre otras cosas, las condiciones de posibilidad del mundo global y la sociedad de la información.

A escala local el desarrollismo se incorporó al proceso de consolidación y estructuración profunda de la cooperación internacional en nuestro país. Asistimos a la acampada del 0,7, el lanzamiento de la Agencia Española para la Cooperación Internacional y el Desarrollo (AECID), la articulación de la cooperación descentralizada y la estructuración de las ONGD tal y como las conocemos hoy día... En paralelo hay un constante desarrollo y expansión de las tecnologías de la información y comunicación, que cristalizaron en distintos instrumentos comunicativos, destacando Internet y las redes tecnológicas.

El nuevo contexto fue leído inteligentemente por IEPALA, buscando incorporar las formas de trabajo y los elementos estructurales que favoreciesen la adaptación a esta nueva realidad manteniendo sus alineamientos políticos y críticos. Primero, integró en su acción proyectos de cooperación internacional desde

una perspectiva crítica tanto con el concepto como con las políticas de desarrollo. En segundo lugar, situó las nuevas tecnologías en el centro de las estrategias de la organización, y consecuentemente, incorporó herramientas tecnológicas en sus instrumentos de difusión, tratamiento de la información y gestión de contenidos web, siempre con un planteamiento alternativo de software libre y de código abierto.

IEPALA tomó conciencia, con un afán innovador, de que era necesario aspirar a insertarse en las tendencias más importantes existentes en ese nuevo contexto mundial. La apuesta por el uso de la tecnología se acaba concretando en una nueva iniciativa que se denominó Red Eurosur, integrada en el seno de su Centro de Información y Documentación “Marianella García Villa”. Red Eurosur se autodefinió como un Sistema Integrado de Información y Comunicación al Servicio del Tercer Mundo. Consistía en la creación y mantenimiento de un lugar en internet al que estaban adheridas organizaciones y redes de entidades sociales de todo el mundo y que surtía de servicios, contenidos, recursos y productos de información y documentación.

El diseño de la Red Eurosur se inició en 1992, en un proceso planteado por la necesidad de diseñar una red telemática que proyectase y potenciara en este nuevo contexto la misión histórica de servicio a los pueblos del Tercer Mundo. Tras varios años de intenso trabajo se lanzó en junio de 1996. En sus propias palabras, nació

con la aspiración de insertarse en el marco mundial de tendencias que conducen, en palabras de Alvin Toffler, “a la civilización de la información electrónica e intercomunicada”, como un sistema integrado de información y comunicación al servicio del Tercer Mundo que posibilite, vía Internet, el intercambio y el apoyo mutuo. (IEPALA, 2006)

La narración que hace IEPALA de la Eurosur revela las premisas de carácter político de las que parten. Ellos consideran que la información es un “recurso estratégico al servicio del desarrollo” y asumen, como objetivo y horizonte, contribuir a “potenciar una

comunidad internacional de información”. En consecuencia, la Red Eurosur intentó dar cabida y visibilización a las organizaciones sociales de África, Asia y América Latina ofreciéndose, además, como un instrumento de trabajo para la comunidad educativa, académica y científica, prioritariamente en lengua castellana.

La actividad desarrollada por la Red durante años muestra los elementos claves que han sustentado a lo largo del tiempo el trabajo comunicativo de IEPALA, que podemos resumir en los siguientes:

- el protagonismo y el apoyo mutuo de las organizaciones y redes.
- la información y su socialización como recurso estratégico.
- la orientación al pensamiento crítico y transformador.
- la intuición para integrar el uso de las herramientas tecnológicas y lenguajes del momento.

4.1. Alternativa global e interconectividad

Los primeros años del siglo XXI, tanto en el contexto global como en el local, corresponden a una etapa de consolidación y profundización de los procesos ya iniciados en los años 90. Este periodo se ha caracterizado por

- la extensión global del neoliberalismo económico y su dimensión sociocultural,
- la articulación del altermundismo y nuevas formas de acción y resistencia de los movimientos sociales en una sociedad-red,
- la expansión de las tecnologías de la información y comunicación que evolucionan a la Web 2.0, las redes sociales y otras tecnologías,
- la consolidación de la cooperación, aunque en España vivimos varias fases, de irrelevancia (durante el gobierno popular) y de ascenso (durante la etapa socialista).

En aquél contexto IEPALA hablaba del “barullo de las ONGs y el mercado de la cooperación” y se hizo consciente de que era pre-

ciso cambiar la visión del papel de la cooperación al desarrollo y de la cooperación Sur-Sur. A lo largo de esta fase hemos encontrado tres iniciativas referentes que relevan y consolidan los proyectos iniciados en los años 90: el Portal Gloobal, el Foro Internacional Democracia y Cooperación (FIDC) y la creación de un Movimiento Crítico a partir de acciones formativas en la Escuela Internacional de Cooperación. De nuevo percibimos la constante filosofía de trabajo: la insistencia en la formación y educación desde el pensamiento crítico; la información y comunicación como recurso estratégico; la internacionalización comprendida como articulación y visibilización de las redes y organizaciones de los pueblos del Sur, protagonistas de la transformación social. Con todas estas iniciativas continúa la adaptación del trabajo de la institución a una sociedad de la información y el funcionamiento en red. Analicemos sus tres líneas de trabajo referentes.

El portal Gloobal, aún accesible³, es una evolución de la Red Eurosur con instrumentos similares aunque mejorados y adaptados a las nuevas formas de programación y modelos de acceso y visualización de los productos informáticos. El Plan estratégico de IEPALA 2006-2015 lo definía como

un sistema integrado de información y comunicación que aspira a convertirse en recurso estratégico al servicio del desarrollo. Asume como horizonte la creación de un espacio de intercambio y apoyo mutuo -innovador, riguroso, independiente y eficaz- entre organizaciones y redes del Norte y del Sur, al servicio de los pueblos del Sur y del tejido de organizaciones, redes y movimientos sociales que trabajan por el desarrollo sostenible, la cooperación, la igualdad entre géneros, el medio ambiente, los derechos humanos... (IEPALA, 2005)

El desarrollo operativo de Gloobal incluye entre sus instrumentos básicos los boletines electrónicos, observatorios temáticos, repositorio y acceso a publicaciones y documentos, guías de recursos, etc. Dispone de una Revista Electrónica “Glocal hoy”, de la Guía del Mundo, de un mirador temático, de un mirador geopolítico, de una serie de observatorios (género, medio am-

biente...), de boletín electrónico y varios instrumentos menores que completan sus contenidos y formas de acceso. Además, en esta etapa, comenzó a desarrollarse un entorno colaborativo que utilizaba las herramientas Web 2.0, en consonancia con la evolución de la Web, en la que los usuarios pasan a ser usuarios activos. Este proyecto aspiraba a la creación de Gloobal2, un nuevo portal dirigido a potenciar el trabajo colaborativo de personas y equipos de trabajo y programado con código abierto. Aunque llegó a estar en pruebas, no ha llegado a funcionar plenamente, pero reflejaba el intento de mantener la innovación tecnológica en la medida que avanzaba la llamada Web social o 2.0.

En relación con el Foro Internacional Democracia y Cooperación, para comprender por qué se crea, hemos de tener en cuenta que en las últimas décadas los Foros Sociales Mundiales han sido una referencia para las redes internacionales de movimientos por la justicia global y un espacio de gestación de una nueva sociedad civil mundial, de “otro mundo posible” (Díaz-Salazar, 2002). De este modo los procesos derivados de los Foros Sociales han constituido el espacio privilegiado para la construcción altermundista y han supuesto una novedad en las estrategias y formas de acción colectivas de los movimientos sociales.

Ya en el año 2000, las organizaciones sociales, entre ellas IEPALA, reunidas en Nicaragua para conmemorar el aniversario de la creación de la Fundación A.C. Sandino plantearon “la urgencia de propulsar redes, foros y encuentros y reunir a los movimientos sociales afines en todo el mundo para fortalecer e internacionalizar la sociedad civil en todo el mundo” (Directivo de IEPALA, comunicación personal) tras la experiencia de las Plataformas Civiles que acompañaron las Cumbres de los 90. Así, en 2001 se celebró la primera edición del Foro Social Mundial en Portoalegre, como respuesta a la corriente globalizadora y neoliberal predominante, y más concretamente como el contrario del Foro Económico Mundial de Davos.

El FIDC se enmarcó en este proceso y como encuentro de organizaciones tuvo 6 ediciones entre los años 2002 y 2014, en Extremadura por el apoyo recibido por la Agencia Extremeña de

Cooperación Internacional para el Desarrollo. Su identidad se inscribe en “un largo proceso de creación, animación y fortalecimiento de una Plataforma de Redes de la Sociedad Civil para la Democratización de la Cooperación al Desarrollo de los Pueblos del Tercer Mundo y de las Relaciones Internacionales Norte/Sur” (IEPALA, 2008). El FIDC marcó el trabajo de IEPALA en toda esta etapa, y se convirtió en el referente estratégico de la acción de la entidad con los pueblos del Sur para la convergencia en una red global articulada entre redes, dando continuidad al internacionalismo de IEPALA y a sus relaciones en América Latina, Asia, África y Europa. Las estrategias de comunicación se orientaron entonces a apoyar y visibilizar esta actividad a través del portal Global y de los recursos comunicativos disponibles, entre ellos la creación de un sitio web específico: www.democraciaycooperación.net.

El FIDC se organizó en cuatro Foros Regionales: América Latina y Caribe, Asia, África y Europa. Las organizaciones que lo componían eran redes de redes que trabajan a escala intra e internacional y/o a escala local en los países del Sur en diferentes ámbitos del desarrollo, la democratización, los DDHH, el género, la sostenibilidad, la comunicación, la educación, la protección de colectivos vulnerables... En esta última etapa más de 90 redes internacionales latinoamericanas, africanas, asiáticas y europeas se integraron en el FIDC. La suma de los miembros locales y nacionales de estas redes superaba el millar de organizaciones del Sur.

Otro de los elementos más importantes y significativos del Foro fue la creación de una Red de Antenas Regionales de Comunicación en los países donde se ubicaban las redes y organizaciones que participan en él. Estas antenas se organizaron en 2011 y 2012 y estuvieron en funcionamiento en el periodo 2012-2015. Cada red local nombró una Persona-Antena responsable del proceso de comunicación, cuyas funciones consistían en comunicarse con las otras redes del foro; dar recepción a la información de la zona; investigar fuentes, procesar, sistematizar y publicar toda esta información en la web del FIDC y en las herramientas de Global.

Por último podemos detenernos en el trabajo de formación y construcción de un Movimiento Crítico de cooperación, estrategia que complementa todo lo anterior y da continuidad al tradicional trabajo de formación de la entidad. Durante varios años se gestó la que acabó siendo ‘Escuela Internacional de Cooperación al Desarrollo’ adscrita al Instituto Universitario Rafael Burgaleta IEPALA–UCM. Desarrollaba su tarea formativa mediante un Magister en Educación al Desarrollo, con una formación teórica y práctica. Además, la escuela aseguraba el contacto del alumnado con las organizaciones del Sur mediante la presencia de alumnado en prácticas (llamadas pasantías) con varios meses de presencia en las redes regionales.

La vocación de fondo era que este trabajo formativo y educativo con el alumnado fuese el germen de un movimiento crítico en cooperación, cuyos objetivos fundamentales eran, en primer lugar, estructurar un plan de incidencia social y política para influir en nuestra sociedad y en la agenda de la cooperación de los organismos nacionales e internacionales, y, en segundo lugar, articular el flujo de solidaridad y trabajo conjunto entre redes del Sur y del Norte intentando crear interconexiones e intercambios entre ellas en horizontalidad y pie de igualdad.

Finalmente, debemos relatar cómo surgió el final de esta etapa y de la historia de la Fundación IEPALA, que no del proyecto, el cual dispone de otros instrumentos que intentan continuar dando frutos y mantener el cumplimiento de su misión a través de otras instituciones que pertenecen al común (entre otras, el Instituto Universitario adscrito a la UCM o la Editorial IEPALA). En el año 2007 comenzó la crisis económica global al calor de los excesos del capitalismo financiero y la burbuja inmobiliaria. El sector de la cooperación internacional en España se vio especialmente afectado por los recortes presupuestarios y por el austericidio que ha asolado nuestro país. Además vivimos un sinnúmero de auditorías de proyectos que no puede entenderse si el objetivo real no fuese el de un afán recaudatorio y constituyó un auténtica persecución a las ONG. En el caso de IEPALA esa crisis llevó a un creciente debilitamiento económico que fue minando su viabilidad y, finalmente, la apertura

de un concurso de acreedores que en un plazo indeterminado de tiempo llevará a su desaparición como Fundación.

5. Conclusiones

IEPALA es un caso representativo del modelo crítico de acción y comunicación. Su objetivo siempre ha sido nítidamente transformador y sus actuaciones responden a las lógicas del paradigma crítico: la unión de teoría y práctica; el análisis de la realidad desde sus condiciones históricas y contextuales; la perspectiva de construcción del conocimiento por intereses que nacen de la realidad de los grupos como aprendizaje construido colaborativamente y socializado; la fundamentación en la crítica social como proceso de acción-reflexión y con un marcado carácter autorreflexivo.

El quehacer de la entidad se ha definido por una perspectiva crítica radical frente al poder, con el objetivo de lograr la autonomía y emancipación del ser humano a través del empoderamiento de las bases sociales populares y la sociedad civil de los Países del Sur. Así, el trabajo de IEPALA, incluido el comunicativo, ha mantenido como elementos distintivos la orientación al fortalecimiento y la visibilización de las organizaciones de la sociedad civil del Sur y del Norte y la integración de activistas, ciudadanía organizada y académicos en procesos de reflexión y acción.

Como organización, IEPALA ha sido un referente y dejado una huella imborrable. A lo largo de este tiempo su defensa del papel de la sociedad civil organizada ha potenciado diversos procesos de cambio a lo largo del mundo. Sus concepciones y prácticas, como correlato de las formas de lucha y organización global de los movimientos sociales, han supuesto una aportación fundamental para el pensamiento crítico y la lucha transformadora. Su acción ha permitido dar concreción y operatividad a elementos e ideas que en muchos casos no pasaban de ser meros análisis abstractos con una gran dificultad de ser traducidos a una acción práctica. Además, IEPALA ha sabido entender los cambios que se han producido en cada momento histórico e incorporarlos a su organización,

en una renovación creativa constante que la ha ido revitalizando. Esta capacidad de leer el momento es especialmente valiosa y significativa pues no es habitual en las organizaciones sociales transformadoras, las cuales suelen morir con su tiempo.

En el pensamiento de la entidad ha existido una vinculación entre tres componentes: educación y formación (toma de conciencia crítica), incidencia social y política (cambio y transformación de las estructuras de poder) y comunicación (información y difusión del conocimiento). Creemos que podemos aprender de la estructuración de su pensamiento y de las formas de trabajo del Instituto, del tipo de proyectos llevados a cabo y del talante en el modo de llevarlos a cabo, y no dar todo ello por olvidado y/o ya pasado. Sobre todo queremos hacer un énfasis particular en lo que constituyen auténticos rescoldos de metodologías y técnicas alternativas y populares actualmente minoritarias pero que perviven pese al predominio de los instrumentos utilizados por los paradigmas tecnológicos y positivistas hegemónicos. La praxis de IEPALA nos sirve de referencia en cuanto a estrategias, líneas metodológicas de acción y herramientas críticas que rompen con la racionalidad instrumental de las tecnologías sociales no sólo por el qué se hace sino por el cómo se hace.

Otro aspecto a reseñar, especialmente significativo en su modelo de actuación, es la centralidad de las organizaciones del Sur en la acción de IEPALA. Nos encontramos ante la construcción de una relación de horizontalidad que siempre ha buscado evitar las actitudes colonizadoras, fiel a la lógica de la educación popular que promueve actuar *desde abajo y desde dentro*. En esta relación se ha cedido el protagonismo de su propio proceso a quienes luchan por su emancipación. Las propias redes y organizaciones sociales participantes, han sido tanto los destinatarios como los actores protagónicos de los procesos que van construyendo localmente y en red en una doble faceta: las redes del Sur como protagonistas y actores de la acción y, también, como parte y contenido de la propia comunicación.

Como resumen y a modo de epílogo, podemos traer las palabras de una representante del Comité de América Latina y el

Caribe para la Defensa de los Derechos de las Mujeres (CLADEM), una red de trabajo latinoamericana que articula a personas y organizaciones feministas. Ésta afirmaba en el vídeo-homenaje que se grabó a los 65 años del nacimiento de IEPALA que la identidad de ésta se ha configurado a través de una historia que es un

arma para entender y explicar el mundo y la dinámica de sus cosas... para construir futuros, [...] El ambiente generado por IEPALA propicia una reflexión crítica y un compromiso en el debate, la reflexión, la mirada sobre sus propias realidades y el compromiso en la transformación del mundo para que la mayoría de los seres humanos podamos materializar en alguna medida nuestros derechos fundamentales. (IEPALA-comunicación, 2016)

Nos gustaría que este repaso por la intensa y rica historia de IEPALA sirva para mantener viva su memoria en el tiempo, y también como reconocimiento a su labor y a la de las personas que comprometieron su vida en proyecto de cambio transformador y democrático.

Notas

1. Este artículo ha sido elaborado en el marco del proyecto de I+D del MINECO (Ministerio de Economía, Ciencia y Competitividad del Gobierno de España) titulado “Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España: diseño de indicadores para la medición de su impacto social” (CSO2014-52005-R) (2015-2017), cuyo Investigador Principal es Víctor Manuel Marí Sáez.
2. La Coordinadora nació en 1986 de la mano de Ayuda en Acción, Cáritas, CIC, IEPALA, Intermón, Justicia y Paz, Manos Unidas, Medicus Mundi y Movimiento 0,7%. Actualmente está formada por 76 ONG de Desarrollo y 17 Coordinadoras Autonómicas, que a su vez integran a más de 400 organizaciones.
3. A la dirección web del portal referenciado sigue pudiendo accederse a día de hoy a través de la URL www.gloobal.net, en fecha octubre de 2017, aunque no recibe mantenimiento ni se agrega nueva información.

Bibliografía

- ALBREICH NISTAL, T. (2007). Asociaciones y movimientos sociales en España: cuatro décadas de cambios. *Revista de estudios de juventud* (76), 71-89.
- BONACHE, J. (1999). El estudio de casos como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* (3), 123-140.
- CALLE, Á. (2007). El estudio del impacto de los movimientos sociales. Una perspectiva global. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 120 (1), 133-153.
- CASTELLS, M. (1997). *La Era de la Información. Volumen I: la sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHAVARRÍA NAVARRO, X., HAMPSHIRE, S. & MARTÍNEZ, F. (2004). Una aproximación a los estudios de caso desde la práctica. *Revista de Investigación Educativa* (22), 443-458.
- COLLER, X. (2005). *Estudio de casos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- DA SILVA, A. (2004). Cultura mediática y educación. En Zamora, J.A. (coord.), *Medios de comunicación. Información, espectáculo, manipulación* (pp. 193-234). Estella: Verbo Divino.
- DÍAZ-SALAZAR, R. (2002). *Justicia global: las alternativas de los movimientos del foro de Porto Alegre*. Barcelona: Icaria.
- GOULET, D. (1965). *Ética del Desarrollo*. Montevideo-Barcelona: Estela-IEPAL
- IEPALA (s.f.). *Identidad*. Recuperado del sitio de internet del Foro Internacional Democracia y Cooperación:
<https://goo.gl/DitJGC>
- IEPALA (2005). *Estrategia de IEPALA. Periodo 2006-2015*. Recuperado del sitio de internet de IEPALA:
<https://goo.gl/DitJGC>
- IEPALAcomunicación (2016). *Video Aniversario IEPALA 55 años*. Madrid: IEPALA. Recuperado de
<https://www.youtube.com/watch?v=Tgl3GkAzym4>.

- MARTÍNEZ NAVARRO, E. (2017). Ética del desarrollo en un mundo globalizado. *Veritas*, (37), 35-50.
- RODRÍGUEZ CABRERO, G. (Coord.) (2003). *Las entidades voluntarias de acción social en España. Informe general*. Madrid: Foessa-Caritas.
- SAID, E. (1978). *Orientalism*. Nueva York: Pantheon Books.
- WILLIAMSON, J. (1990), What Washington Means by Policy Reform? En J. Williamson (ed.), *Latin American Adjustment: How Much Has Happened?* (pp. 5-20). Washington DC: Institute for International Economics.

Biografía

Carlos Peláez-Paz.

cpelaez@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid. España

Profesor Asociado del Departamento de Estudios Educativos de la Universidad Complutense de Madrid en el ámbito de la Pedagogía Social y Antropología de la Educación. DEA y Licenciado en Antropología social y cultural y Diplomado en Educación Social. Colabora con el Instituto de Migraciones, Etnicidad y Desarrollo Social (IMEDES) de la Universidad Autónoma de Madrid y el Instituto Universitario Rafael Burgaleta-IEPALA, adscrito a la UCM. Ha desarrollado su carrera profesional en el Tercer Sector, trabajando en asociaciones como Semilla, Paz Ahora o la Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR) y colaborado como consultor con administraciones públicas y entidades sociales. Actualmente dirige el Equipo Ecolimia como consultor e investigador. Entre sus líneas de investigación se encuentran las migraciones y la convivencia intercultural; la ciudadanía y los derechos humanos; el Tercer Sector y la exclusión social.

Medir la comunicación desde una perspectiva de cambio social y paz: propuestas pluralistas, análisis de marcos y enfoque sistémico

CRISTINA SALA VALDÉS
UOC/OBREAL/Voics Institute

1. Introducción

Las definiciones y acciones de comunicación para el cambio social y la paz recogidas en este trabajo se fundamentan en procesos de transformación de la realidad que, entre otras cosas, establecen redes, transforman imaginarios y participan en la redistribución del conocimiento local y, por tanto, situado. Existen otras propuestas que, enmarcadas bajo los objetivos de democratización, desarrollo y gobernanza, convierten a los principios de los medios masivos de comunicación en una parte de los procesos de construcción de estado (Hoffman, 2013). Estas propuestas son neo-aspiraciones de la denominada teoría político liberal, desarrollada sobre todo a partir del siglo XVI por pensadores de diferentes disciplinas, principalmente de la filosofía política y de la economía política. Immanuel Kant, John Locke, David Hume, Adam Smith y Thomas Jefferson son pensadores y políticos que suelen asociarse a esta tradición. El liberalismo insiste en la necesidad de promover la cooperación internacional para avanzar en el objetivo de paz, bienestar y justicia.

Este enfoque, denominado *liberal internationalism*, se encuentra detrás de muchos procesos de construcción de paz y desarrollo, principalmente de los guiados por organizaciones internacionales y multilaterales, además de por los gobiernos occidentales. Tal y como lo define Roland Paris (1997 en Sriram, 2007:581): “el principio más importante de este paradigma es la presuposición de que los cimientos más seguros para la paz, tanto dentro como entre Estados, es la democracia de mercado o la política liberal democrática y la economía orientada al mercado”.

La paz liberal y el concepto de desarrollo (desde su perspectiva más utilitarista) han sido implementados por unos actores específicos, de acuerdo a un conjunto de conocimientos específicos y una comunidad epistémica particular, alineados todos ellos con unos intereses concretos y unas normas técnicas e instituciones por ellos mismos desarrolladas. Por lo tanto, las intervenciones no pueden seguir siendo consideradas neutrales, autorizadas en el nombre de un interés general humanitario.

Estos mismos organismos multilaterales, y otras agencias estatales, están promoviendo que las evaluaciones estén orientadas por una serie de criterios pre-ordenados. Por una parte, se busca la generalización de los resultados obtenidos, pero, por otra, se está perdiendo la oportunidad de comprender por qué los proyectos y programas de construcción de paz y desarrollo están alcanzando los objetivos que se proponen, o no. Se está perdiendo la oportunidad de diseñar evaluaciones que permitan exploraciones más comprensivas. Así, por ejemplo, en el modelo de evaluación pre-ordenada o estandarizada las cuestiones que se van a evaluar están definidas previamente. Un sistema estándar de criterios permite, por sus mismas características, establecer comparaciones entre las evaluaciones de distintas políticas, planes y/o programas; lo que puede ser muy útil para llevar un control en cuanto a la ejecución de tales políticas, programas y/o planes, y deducir, según los criterios evaluados, cuáles están teniendo mejores resultados. Asimismo, un sistema estándar de criterios viene avalado por una experiencia evaluativa anterior que, de algún modo, sugiere que tales criterios son los idóneos para evaluar una categoría específica

de políticas, programas y/o planes. Sin embargo, y sin contradecir lo anterior, un sistema estándar de criterios, por sus mismas características, no permite adaptarse al contexto y, por tanto, puede obviar determinadas circunstancias específicas de una política, programa y/o plan. Si se considera además que la importancia de la evaluación ha dejado de estar en el propio acto de evaluar para pasar al uso que se le da a tal evaluación, un sistema estándar de criterios no permitirá reflejar los intereses, necesidades, inquietudes de los *stakeholders*¹ (a no ser que haya sido acordado por estos mismos y el evaluador/a que tal sistema es el que mejor se adapta a sus necesidades).

Dada la interpretación que se hace de la paz (liberal) y del desarrollo (económico), descritas anteriormente, se entiende la propuesta de este tipo de evaluaciones, en las que lo que se mide son procesos informativos, en la línea de la teoría matemática de la comunicación, obviando el componente dialógico, que todo complejiza. Así, desde este trabajo se sugiere la profundización en la evaluación desde el contexto local, generando indicadores locales y atendiendo principalmente a las comunidades y usuarios finales de la evaluación. Por supuesto, la autora valora la existencia de criterios pre-ordenados como medios para acotar campos que pueden ser pasados por alto por evaluadores noveles o profesionales activistas que se pongan en la tarea de realizar una evaluación.

2. La complejidad de los procesos de Comunicación para el Cambio Social y Comunicación para la Paz Endógena

La comunicación para el cambio social (CCS) que nos ocupa nada tiene que ver con lo expuesto anteriormente. Se trata de una comunicación de la identidad y de la afirmación de valores que amplifica las voces ocultas o negadas y tiene como fin potenciar su presencia en la esfera pública, a partir de un proceso de diálogo público y privado mediante el cual las personas y las comunidades definen quiénes son, qué necesitan y cómo conseguir lo que ellos

necesitan para mejorar sus propias vidas. El diálogo se convierte en una herramienta para la identificación colectiva del problema, la toma de decisiones y la aplicación de soluciones específicas a los problemas de desarrollo, en función de las necesidades de la comunidad (Gumucio-Dagron, 2004).

Los planteamientos de Paulo Freire en la década de 1970 sobre la educación y la comunicación dialógica están en la esencia del paradigma de la CCS. La teoría de Freire (1970) sobre la pedagogía radical se vincula a un proyecto de acción cultural en el que la participación estaba validada a través del proceso de acción-reflexión que tenía como consecuencia el despertar de una conciencia políticamente informada, lo que Freire vino en denominar concientización. Estos elementos clave freirianos han proporcionado no solo un marco conceptual, sino también medios prácticos para operacionalizar tal marco en la praxis, erigiéndose así en sustento para un cambio hacia la comunicación participativa. Concretamente, la interpretación que Freire realiza del diálogo y de las relaciones como la base de la comunicación ha provisto al área del marco necesario para explorar las soluciones comunicativas propuestas desde las personas, desde abajo (Thomas & van de Fliert, 2015).

El propósito de la CCS es establecer términos más justos en el proceso de interacción cultural que se produce en el roce entre las culturas. Para establecer un diálogo horizontal entre dos culturas es necesario primero afirmar la propia a partir de procesos participativos. “De este modo, la construcción de la ciudadanía solo puede darse en condiciones en que las voces puedan expresarse al máximo de su capacidad cultural, en un espacio de diálogo y debate horizontal” (Gumucio-Dagron, 2004:21).

Las cuatro claves de la CCS son el diálogo, el acompañamiento, la participación y el propósito. Se entiende como diálogo la comunicación de doble vía, particularmente entre los actores clave, por oposición a los modelos de comunicación de arriba a abajo o unidireccionales (Thomas & van de Fliert, 2015:30). El diálogo ha de ser visto como una corriente o flujo de significado compartido de la que pueden surgir nuevas propuestas. Lo interesante

es que el modelo de CCS puede convertirse en una plataforma que facilite el diálogo, ya sea este interpersonal, intergrupalo o mediado a través de algún canal de comunicación; que, por supuesto ha de incluir un elemento de escucha, como forma de asegurar una comprensión común del tema conversado o de la acción que se va a realizar. El apoyo que ofrece la CCS es una forma de empoderamiento de los ciudadanos locales para demandar sus derechos o influenciar las políticas y retar las relaciones de poder existentes. El término empoderamiento está directamente vinculado con el término participación tal y como fue entendido por Freire, lejos del uso utilitarista que se está haciendo por las organizaciones internacionales. El término ha de estar arraigado al contexto en el que tal participación se está dando, es decir, conectado con los valores democráticos de equidad, justicia y paz; trabajando con los actores clave en todas las etapas con el objetivo de ser trampolín del cambio desde un enfoque inclusivo; pues hay que tener en consideración que la participación *per se* no es estrictamente positiva (Carpentier, 2011 en Thomas & van de Fliert, 2015:2). Finalmente, el cuarto elemento clave es el propósito entendido como toda acción planeada con el fin de promover el cambio social. Siendo estos los principios clave de la CCS, se entiende el cambio desde un enfoque temporal que pasa del corto-medio plazo al largo plazo, hacia la búsqueda de la transformación social deseada.

La CCS representa en la práctica la definición de la comunicación que aportaba Kaplún:

Como un proceso permanente, en el que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento. Un proceso de acción-reflexión-acción que él hace desde su realidad, desde su experiencia, desde su práctica social, junto con los demás. Y en el que hay también quien está ahí –el “educador/educando” o “comunicador/comunicando” – pero ya no como el que enseña y dirige, sino para acompañar al otro, para estimular ese proceso de análisis y reflexión, para facilitárselo; para aprender junto a él y de él; para construir juntos (Kaplún, 1998:50).

Por otro lado, la comunicación para la paz endógena (CPE), una comunicación para la paz que todavía no ha sido conceptualizada como tal, o al menos no de forma directa, surge como forma de supervivencia, donde los actores no armados han sido capaces de, a través de las tecnologías y los procesos que se generan en torno a las mismas, recuperar espacios de paz, construir confianza y recobrar las relaciones entre los medios y la comunidad. Es la comunicación generada por los denominados “medios pequeños”. Desde una perspectiva construccionista, la CPE tiene la capacidad de resignificar los espacios raptados por la violencia y permitir a los sujetos que participan de cualquier de las actividades que promueve (cine clubs, formación, radios comunitarias, etc.) experimentar la paz en medio del conflicto, como primer paso hacia una paz positiva y como proto-comunicación participativa hacia una cultura de paz. La CPE posee vínculos reconocibles con la comunicación entendida como diálogo (y todo lo que tiene que ver con la construcción social del sujeto y su comprensión como ciudadano con voz propia).

Esta comunicación endógena, libre del intervencionismo de las agendas de las organizaciones internacionales y supranacionales, se debilita en la medida que depende de su propia financiación, o de preservar su autonomía en el seno de un proyecto autóctono financiado por actores externos.

La CPE comparte con la CCS cinco ideas puente: (1) necesidad básica de identidad, (2) emancipación como meta de la paz y el desarrollo, (3) empoderamiento, (4) procesos de relación y (5) procesos de apropiación (Sala, 2015:127).

(1) La necesidad básica de identidad, identificada tanto por Burton (1990) como por Galtung (1996), es operacionalizada en la CCS como propósito fundamental. “*Identidad* algo con lo que identificarse en los espacios natural, personal, social, mundial, temporal y cultural, dando sentido a la vida” (Galtung, 1996:179). En opinión de Parsons (Parsons, 1971 en Liebes & Curran, 1998:26), los medios de comunicación poseen un papel críticamente importante dentro de la sociedad civil debido a su influencia pública, su identidad y solidaridad, más que como un foro

para la información pública. Los medios de comunicación crean vínculos de solidaridad y pueden proporcionar narraciones sobre la identidad. Ya sea a través de medios como prolongaciones o de la comunicación interpersonal o intergrupala, el imaginario de la CCS relaciona la identidad con trayectorias y relatos:

Para ello la polisemia en castellano del verbo *contar* es largamente significativa. *Contar* significa tanto narrar historias como ser tenidos en cuenta por los otros. Lo que entraña que para ser reconocidos necesitamos contar nuestro relato, pues no existe identidad sin narración ya que ésta no es solo expresiva sino constitutiva de lo que somos (Bhabha 1977, Marinas 1995). Para que la pluralidad de las culturas del mundo sea políticamente tenida en cuenta es indispensable que la diversidad de identidades pueda ser contada, narrada” (Martín Barbero, 2002 en Gumucio-Dagron & Tufte, 2008: 976).

La construcción de paz pasa también por una comunicación de nuestra identidad reconocida de forma participativa. Las investigaciones del pionero en los estudios de *Mass Communication Research*, Elihu Katz (1955), han subrayado cómo los contenidos mediáticos proveen un cierto flujo de material cultural desde los productores a las audiencias, que por turnos los usan en su vida diaria para construir un mundo lleno de significado y mantener el marco cultural a través del cual la intersubjetividad se hace posible (como una malla de creencias, actitudes y significaciones que no tiene centro y que, según el construccionismo social, se crean a partir del lenguaje). Esta idea se basa en una concepción anti-representacional del lenguaje que enuncia que las palabras y los enunciados no reflejan un objeto independiente, sino que sirven para prestar forma a las personas. Así, las identidades no son fijas, eternas y esenciales. Las identidades son posicionamientos. Posicionamientos con una interpretación doble: temporalmente estabilizados de acuerdo a una práctica social que desarrolla conductas predecibles; y culturalmente cambiantes, pues son específicos de una época y un lugar particulares (Barker, 1999). Más allá de esta concepción construccionista de la identidad tejida a través de los

discursos de los medios de comunicación, la CCS, en su calidad de comunicación participativa, “permite al sujeto examinar su identidad y construir confianza en sí mismo” (Bery, 2003 en Howley, 2010:204). Aunque, por supuesto, el proceso político, el contexto simbólico en el que esta reflexión se produce influirá en el resultado final. En cualquier caso, como ha señalado Jesús Martín-Barbero (1986), es en la comunicación donde se manifiesta el tejido social, se define la identidad y se otorga el reconocimiento y la validación de las diferencias.

(2) La construcción de paz como proceso emancipatorio es concebida desde la CCS como un proceso de diálogo en el que “actuando y pensando sobre el mundo, con otros hombres, (...) se disciernen los caminos hacia la transformación” (Gumucio-Dagron & Tufte, 2008:283). Es un proceso de acción-reflexión como instrumento de trabajo conducente a la socialización, a la adopción de roles, a la distribución de poder; de ahí que sea esencialmente tarea de sujetos-agentes y no pueda verificarse en la relación de dominación. Después de todo “el espacio común está definido y construido a través del nosotros. No nos es dado” (Tremetzberger, 2010 en Howley, 2010:53).

La CCS reta a los individuos de la comunidad a participar, interactuar y cambiar de un consumidor pasivo a un productor activo. Este proceso de redefinición de roles es el que libera la subordinación a otras formas de comunicación o medios externos. Freire, en su forma de entender la pedagogía, trata de identificar la politización de las relaciones comunitarias como vía para hacer aflorar las fuentes del conflicto que dividían los intereses de los grupos e inhibían los esfuerzos de colaboración. Solo a partir del reconocimiento y la negociación de estas diferencias los grupos locales podrían trabajar juntos y, de forma efectiva, abordar los intereses y preocupaciones comunes. (Howley, 2010:183).

(3) El enfoque de empoderamiento enfatiza la promoción del rol de los ciudadanos, como en el caso de los enfoques participativos. Mefalopolus ha señalado también que, en los contextos participativos, la comunicación puede ayudar al desarrollo social,

promoviendo y adoptando modelos que requieren un diálogo genuino, como expresión de colaboración entre todos los participantes (Mefalopolus, 2002).

Desde el marco de la CCS se entiende el empoderamiento como la toma de control que realizan los ciudadanos sobre las decisiones que afectan sus propias vidas. Así bien, como explica Howley (2010), los ciudadanos no adoptan nuevas prácticas en función de planes ajenos, de documentos de planificación de desarrollo, lo harán cuando tenga sentido para ellos. Este concepto no debe ignorar el contexto en el que los empoderamientos se producen. Normalmente se asume que la implicación de los ciudadanos en determinadas actividades que afectan sus vidas implica un empoderamiento, necesariamente beneficioso. Pero esta presuposición es problemática y se desconecta de valores democráticos como la igualdad y la justicia. Las prácticas empoderadoras a las que hacemos referencia incluyen el contexto político, económico-social y cultural.

(4) En cuanto a los procesos de relación, la CCS es generadora de procesos de intercambio de los valores propios. Bajo la conceptualización freiriana del diálogo el sujeto que piensa, pensante, no puede en ningún caso pensar solo, no existe el “yo pienso” sin el “nosotros pensamos”, se trata de una coparticipación en el acto de pensar a través de la comunicación. De esta coparticipación se derivan los lazos relacionales entre los miembros de la comunidad, lazos que a su vez se mantienen a través de la pervivencia del diálogo. El teórico de la cultura Raymond Williams (1973, en Howley, 2010) señala el papel crucial de la comunicación en dar forma a la conciencia individual y colectiva, a las relaciones de significado y solidaridad, que forman lo que llamamos comunidad. En su noción de *knowable communities* (comunidades conocibles) Williams hace referencia a la escala y la complejidad de las sociedades modernas industriales, lo que hace que los individuos no puedan discernir las conexiones, dependencias y relaciones que confieren estructura y significado a las relaciones humanas. Articulando el significado y la importancia de tales relaciones manifiestas, accesibles y comprensibles, alcanzamos a la comunidad

conocible. Este concepto es de gran utilidad para la CCS y la CPE puesto que, mientras los medios dominantes tienden a ocultar el carácter interconectado y la dependencia mutua de las relaciones sociales, los procesos comunicativos que nos ocupan, al contrario, trabajan para revelar este aspecto de las comunidades humanas (Howley, 2010:9).

(5) La apropiación, tanto en el enfoque de CPE como en el enfoque de CCS, tiene que ver con la sostenibilidad. Y sólo los procesos que generan son sostenibles cuando las comunidades locales se apropian del proyecto de comunicación (Gumucio-Dagron, 2004). Es decir, sólo cuando están arraigados profundamente en las necesidades y sueños locales, en las culturas y lenguajes locales, adquieren relevancia para los ciudadanos locales. Lo mismo un proceso de transformación de conflictos será sostenible cuando la sociedad al completo se haya apropiado de él, cada quien en la medida de las acciones que rodean su cotidianidad, que promueven culturas de paces y que fomentan el diálogo.

Las iniciativas de comunicación que nacen de estos enfoques deben surgir desde las bases y no son fáciles de evaluar. Por ello existe una necesidad de diseñar metodologías de evaluación apropiadas para dilucidar el potencial de estas propuestas. Como señala Rodríguez (2008:4): “[...] es una responsabilidad que los académicos del campo de la comunicación hemos descuidado durante largo tiempo. A menos que ofrezcamos herramientas de evaluación que demuestren su validez, las agencias donantes seguirán prefiriendo proyectos de enfoque epidemiológico”, es decir, asociar una solución a un problema, de forma casi directa, sin considerar todos los vectores que están participando al interior de los procesos comunicativos. Así nos preguntamos ¿cómo puede avanzarse en la paz o el desarrollo sin contar con las voces de las comunidades, de los ciudadanos?, ¿cómo puede evaluarse un proyecto sin contemplar las interpretaciones que se están haciendo del mismo y que habrán ido variando a lo largo del proceso?, ¿cómo comprender la complejidad de estos enfoques a partir de evaluaciones estandarizadas?

3. La evaluación: finalidades y propuestas evaluativas

La evaluación es una herramienta metodológica que permite comprender los proyectos y programas ya ejecutados, con objeto de mejorarlos y, sobre todo, de rendir cuentas, primero ante los financiadores, pero también ante los propios agentes del programa, los beneficiarios, la competencia y la sociedad en general. En el área de cooperación, la evaluación representa un proceso sistemático de vital importancia para informar la toma de decisiones estratégicas, para garantizar una vinculación real entre necesidades sociales y dispositivos diseñados para atenderlas; y, para, en definitiva, satisfacer la exigencia de transparencia de cualquier sociedad democrática (Sala, 2014).

La evaluación tiene como objetivos recoger y analizar sistemáticamente una información para poder comprender y dotar de significado a lo que ocurre en un programa, de lo que se deducirán unos juicios específicos que permitirán rendir cuentas y tomar decisiones sobre su mejora.

La evaluación nace como demanda a una pregunta evaluativa. Si nadie tiene una cuestión que resolver, si no hay una hipótesis evaluativa, la evaluación no es tal. Valorar políticas, programas o proyectos con fines distintos al aprendizaje, la rendición de cuentas o la obtención de información para tomar una decisión es cosa distinta a evaluar. Se puede hacer una investigación, un estudio, un ensayo o hasta un panegírico que alabe lo buenas que han sido las intervenciones evaluadas. Lo más probable es que los recursos así gastados no generen ningún retorno y no evolucionen para poder ser considerados “inversión”. Esta es la brecha más importante de todas. A menudo, evaluaciones técnicamente buenas no generan ningún cambio institucional ni de gestión y no son influyentes porque falla la demanda de conocimiento por parte del tomador de decisiones públicas (Larrú, 2013).

La propuesta de Evaluación de Impacto de Paz y Conflicto (*Peace and Conflict Impact Assessment* –PCIA) señala que, si uno de los principales fines de las evaluaciones es que sean útiles y, por tanto, compartidas (no sólo, aunque principalmente, por diseñar-

dores de políticas, donantes, la comunidad implicada, etc.), entonces, los “usuarios” poseen un papel fundamental. Hace énfasis en que sean las comunidades las que diseñen la evaluación:

This approach helps to avoid the imposition of a reality by an outsider which may not correspond to the realities of those groups and individuals within the ambit of the project. For example, Ernest House notes correctly that “in an evaluation, the director of a project may present one view of the project, while the teacher working in it may present quite a different view. These two points are not logically contradictory since both may be true as viewed from different circumstances.” Furthermore, by loosening the shackles of pre-specified indicators, the space is created within the impact assessment process to allow different “stakeholders” to shape the framework to suit their specific needs; to assert ownership over the evaluation/assessment process; and to make more transparent the values and judgments inherent in all evaluations, and to thereby open the way for discussion and exploration of different (and sometimes competing) interpretations of impact. (Bush, 1998:11).

Asimismo, la evaluación depende del contexto en el que se va a realizar. A pesar de que, de una u otra forma, toda metodología o procedimiento de retroalimentación en las ciencias sociales depende de este, quizá lo hace desde su carácter más técnico. Sin embargo, la dependencia que la evaluación tiene del contexto es de gran importancia, hasta el punto de que esta se subordine al mismo. Esto es así dado el carácter político de los procesos evaluativos que no poseen el resto de metodologías o sistemas de retroalimentación: la evaluación se desarrolla en un contexto político al que ayuda a contrarrestar y controlar. Por lo tanto, la evaluación es un elemento generador e integrante de la realidad política. En este mismo sentido, las propuestas que presentamos a continuación se inspiran en el paradigma interpretativo-constructivista, aquel que entiende que la realidad está compuesta por la suma de “realidades” o percepciones de los individuos que habitan ese universo, lo que requiere comprender la realidad mediante la suma de diferentes visiones intersubjetivas. Así que, por

más práctico que suponga empezar a evaluar con un diseño estandarizado bajo el brazo (Ligero, 2011), asumir un formato sin tener en cuenta el contexto o el contenido del programa alberga riesgos que ningún evaluador debería desear asumir, como son: convertir a la evaluación en un proceso que no facilite el conocimiento ni el aprendizaje y, en consecuencia, tampoco la mejora del programa.

3.1. Alternativas para medir la comunicación endógena que guía hacia el cambio social y la paz

3.1.1. La evaluación pluralista

Uno de los principios fundamentales que van a guiar el modelo de evaluación pluralista es su rechazo a la idea de evaluación “imparcial” y “objetiva”. Desde esta posición, las aproximaciones pluralistas se convierten en evaluaciones “sensibles” a los intereses de los actores que participan en la evaluación. Surge, por lo tanto, una inquietud por abrir la evaluación a los distintos actores que intervienen en el programa: decisores políticos, gestores, beneficiarios, etc. con el propósito de responder a las necesidades de información de estos grupos.

Alejados del rigor científico y la imparcialidad de la evaluación clásica, el modelo alternativo va a centrarse en la importancia de los valores, intereses y opiniones de la pluralidad de actores que intervienen en un programa. En la medida en que la evaluación pluralista legitima la diversidad de intereses presentes, reconoce la multiplicidad de perspectivas que estos intereses implican, promoviendo la participación activa de los diversos grupos que tienen relación con un programa.

De los aspectos anteriores se deriva que la lógica pluralista ha de hacer frente al cambio de rol del evaluador, a la re-invencción del mismo. Mientras en los modelos clásicos el papel del evaluador se limitaba a posicionarse como juez objetivo e imparcial acerca de lo que acontecía alrededor del programa evaluado, en este nuevo modelo la relación con otros actores del programa o proyecto van a permitir que su papel se transforme.

Dentro de este cambio de rol, el evaluador pasa a adoptar una posición de negociador que valora las necesidades de información de la pluralidad de participantes en la política o programa evaluado, clarifica las cuestiones, explica sus posibles consecuencias e intenta alcanzar un acuerdo sobre criterios y prioridades. Este tipo de evaluación intenta corregir los desajustes y la falta de utilidad de un modelo rígido; se construye identificando los valores, ya sean explícitos o subyacentes, de los diferentes actores implicados o *stakeholders*.

La determinación de las necesidades informativas es vital para este enfoque evaluativo. Una necesidad informativa es el requerimiento de información que le hace a la evaluación un determinado actor social o *stakeholder*. Esta petición de información no siempre es explícita y no tiene por qué estar estructurada. Eso no quiere decir que no exista la demanda o que el interlocutor no sepa lo que se quiere saber. En cualquier caso, no se debe olvidar que puede haber otras necesidades legítimas y deseadas que no se han llegado a verbalizar. En síntesis, lo que se pretende es identificar qué es lo que se quiere saber o qué es lo que se quiere evaluar con relación al programa o proyecto. Preguntas como ¿qué cuestiones le parecen más importantes evaluar?, ¿qué es lo que debe valorarse de este programa?, ¿cuáles son los problemas?, ¿qué cuestiones le preocupan?, etc. ayudarán a identificar estas necesidades para que respondan realmente a los intereses de los actores sociales. En procesos comunicativos en los que se pone en juego la identidad, la emancipación, etc. la aproximación pluralista permite un acercamiento y comprensión mayores.

3.1.2. Marcos interpretativos: cómo identificar teorías del cambio

Los hechos sociales se construyen a través de acuerdos intersubjetivos. Una vez constituidos, tales acuerdos nos superan. Cuando un acuerdo es hegemónico, su existencia tiene mayor consistencia. La objetividad se logra a través de tales acuerdos intersubjetivos. Si no hay una visión hegemónica, unánime sobre la teoría del programa, habrá varias teorías del programa.

Los proyectos, programas y/o planes que se sirven de la CCS y/o de la CPE incluyen, como se ha señalado con anterioridad,

concepciones polisémicas. ¿Qué significa exactamente el cambio social o la paz en este proyecto en concreto, para estos actores en concreto, con estos beneficiarios y el apoyo de unos determinados *stakeholders*?

Desde la experiencia de la autora, existen dos teorías del cambio, o procesos a partir de los cuales se prevé que se genere el cambio buscado, que pueden dar pistas sobre cómo aproximarse a estas interpretaciones:

1- Teoría del cambio de las comunidades de base: empoderar a las comunidades haciéndoles llegar información o las herramientas necesarias para hacer circular su propia información puede fomentar la movilización de las comunidades de base para alcanzar la transformación social o del conflicto.

2- Teoría de las actitudes públicas: los prejuicios, la ignorancia y la intolerancia hacia la diferencia y la injusticia social fomentan violencia e inmovilismo. Los medios de comunicación pueden estimular la paz y el cambio social a través del cambio de actitudes públicas y la construcción de una mayor tolerancia en la sociedad. (Sala, 2015:259)

Por supuesto, cabe señalar que ambas teorías del cambio se insertan en contextos socio-económicos, culturales y políticos concretos y entran a formar parte de las redes relacionales y de poder pre-existentes. Una simple intervención no va a generar cambio social y/o paz, se necesita, como ya se ha mencionado al comienzo de este trabajo, una combinación de procesos participativos, emancipatorios, identitarios, etc.

La autora considera que, en campos como la CCS y la CPE donde se necesita inferir muchos más aprendizajes de las evaluaciones, es más adecuado valorar lo causativo que lo normativo. Por ello, para poder comprender verdaderamente la evolución de los procesos de CCS y/o CPE se puede optar por revelar la teoría del cambio que se esconde tras la teoría del proyecto, plan o programa. Y hacerlo a través de la herramienta de análisis de marcos interpretativos.

La existencia de marcos interpretativos diferentes (en relación a la contribución de la comunicación en la construcción de paz y la transformación social) influye en el análisis de la práctica de la misma, es decir, de la praxis en el sentido freiriano (o la acción de los sujetos sobre la realidad para transformarla). La CCS y la CPE son áreas poliédricas y polisémicas que incluyen una gran variedad de acepciones y un buen número de estrategias distintas, influenciadas principalmente por los actores que las ponen en marcha. Si, por un lado, la variedad de interpretaciones es enriquecedora de cualquier área, por otro, lejos de una conceptualización concreta, puede distorsionar, en el proceso de implementación o análisis, los objetivos y las actividades vinculadas a ella. Es complicado que al referirse a la paz o al cambio social todos los actores acudan al mismo imaginario y, por lo tanto, cada uno de ellos llevará a la práctica unos procesos comunicativos, según su propia interpretación de los conceptos y necesidades presentes. Consideramos que los marcos interpretativos desde los que se han implementado y analizado la comunicación como proceso exógeno a la construcción de paz o como desarrollo meramente económico, afectan a la evolución del área y no permiten el surgimiento de nuevas propuestas (Rodríguez, 2004; Hoffman, 2013).

Un marco o *frame* es un esquema interpretativo que estructura el significado de la realidad. Se trata de “un principio de organización que transforma la información fragmentaria o casual en un problema estructurado y significativo, en el que se incluye, implícita o explícitamente una solución” (Verloo, 2002:11 en Bustelo & Lombardo, 2006:6). Por lo tanto, los marcos interpretativos no son descripciones de una realidad, sino construcciones que se realizan y que dan significado a tal realidad además de estructurar su comprensión. El sociólogo Goffmann define los marcos interpretativos como esquemas de interpretación que permiten “localizar, percibir, identificar y clasificar un número aparentemente infinito de acontecimientos que entran dentro de su campo de aplicación” (Goffmann, 1974:21 en Bustelo & Lombardo, 2006:6). El concepto de marco interpretativo se relaciona también con la producción académica que analiza el proceso de establecimiento de una

agenda política. La definición de los acontecimientos que llegan a la agenda no es una simple descripción de los hechos y objetivos, sino que “tiende a ser una representación estratégica que da relevancia a determinados problemas o asuntos y no a otros” (Bustelo & Lombardo, 2006:6). Si la comunicación para la paz se erige en solución en determinados contextos significaría que ya existe una representación particular de cuál es el problema.

La investigadora, apoyándose en una labor de conceptualización, relación, comparación y perspectiva crítica (Sala, 2015), que ha resumido en los dos primeros apartados de este trabajo, considera que existen cuatro características que estructuran la CCS y la CPE: (1) visión sobre el sujeto comunicado como sujeto-objeto (funcionalismo) o sujeto agente (construccionismo social) ligado también a la capacidad de toma de decisiones que influyen en sus vidas, (2) comprensión de la comunicación como relación y diálogo o como transmisión de información, (3) comprensión del papel de la comunicación en el proceso de construcción de paz y/o de transformación social como proceso simple (a través de estrategias estándares o formatos estándares que pretenden la construcción de paz y/o de cambio social a través de un cambio de actitud) o como proceso complejo (a través de metodologías adaptadas a los contextos, reflejando la identidad propia), (4) comprensión de la paz y/o de la transformación social como construcción social asentada en la fuerza y capacidad de acción de la comunidad, o desde las élites (se valora las voces con poder de definición, propuesta y acción). La autora considera que toda propuesta que combine la concepción de sujeto-agente, la comunicación como relación, la paz y/o la transformación social como fenómenos complejos dependientes del contexto y la participación equilibrada de voces diferentes; se erige en una noción alternativa que apunta a la expansión del área hacia nuevos enfoques y, por tanto, nuevos aprendizajes a partir de la evaluación.

Inspiradas en la teoría de los movimientos sociales, contexto en el que más se ha desarrollado el análisis de marcos interpretativos, las preguntas que la autora propone para guiar la descripción y el análisis de los marcos son las siguientes (Sala, 2015:162-163):

- 1- ¿Quiénes son identificados como foco del problema?
- 2- ¿Quiénes son los que deben solucionarlo?
- 3- ¿En qué medida está relacionada la comunicación con el problema y la solución?
- 4- ¿Cuáles son las causas del problema y los medios para solucionarlo?
- 5- ¿Dónde se localizan el problema y la solución: ¿en el ámbito local, en el nacional, en el internacional, en una combinación entre ellos?
- 6- ¿Qué actores tienen voz o están excluidos a la hora de definir el problema y la solución?

Estas preguntas guía se operacionalizan del siguiente modo:

1. Causas del problema
2. Actores foco del problema
3. Actores con voz para la definición del problema
4. Actores excluidos de la definición del problema
5. Relación de la comunicación con el problema
6. Ámbito de localización del problema
7. Medios para la solución
8. Actores con capacidad activa de solución
9. Actores con voz para la definición de la solución
10. Actores excluidos de la definición de la solución
11. Relación de la comunicación con la solución
12. Ámbito de localización de la solución

Al dar respuesta a las seis preguntas guía, que se operacionalizan en doce, se aborda el diagnóstico, es decir, la identificación del problema y la atribución de culpa o causalidad, y la creación del pronóstico, o la manera en que debe ser tratado el problema.

Asimismo, en el análisis consideraremos, además de las cuatro características estructurales propuestas, las cinco que específicamente se señalaron anteriormente. Estas son: (1) identidad, (2) emancipación, (3) empoderamiento, (4) relación, y (5) apropiación. En la medida en que alguna de ellas esté presente y en la ma-

nera en que se combine con las características estructurales antes referidas, la interpretación de la autora es que se está abriendo paso una noción alternativa y transdisciplinar de la CCS y la CPE y, por tanto, nuevas teorías de cambio que luego deberían ser evaluadas.

3.1.3. *Enfoque sistémico*

El enfoque sistémico entiende el programa o servicio como una agrupación de elementos que están articulados y son interdependientes entre sí, y que todos ellos conforman un sistema.

La especificación de las dimensiones de una intervención se denomina modelo lógico. Este modelo lógico ha de responder a lo que se conoce como teoría del programa, es decir, lo que se esconde detrás del proyecto o programa que estamos evaluando: qué objeto se evalúa, qué resultados se pretenden conseguir, a partir de qué procesos y con qué estructura se cuenta para ello.

La teoría del programa debería ser la indicada en la formulación del proyecto, pero, en muchas ocasiones, esto no es así y la formulación del proyecto es una y la implementación es otra. Por tanto, cuando nos enfrentamos al enfoque sistémico que se apoya en la teoría del programa podemos optar por dos acciones: guiarnos por la teoría del programa que aparece escrita en la formulación del proyecto, o no guiarnos por la teoría del programa que aparece escrita en la formulación del proyecto y realizar un trabajo de campo y de marcos interpretativos que permitan averiguar verdaderamente qué teoría del programa se esconde tras ese proyecto.

La evaluación de la teoría del programa tiene como finalidad comprender las cadenas o secuencias causales que provocan los resultados. Su intención es saber por qué han ocurrido las cosas. Cuando se sabe el porqué es cuando se puede mejorar, proponiendo recomendaciones enfocadas y concretas que atañen a la totalidad de la intervención (Ligero, 2011:44).

El enfoque sistémico identifica y comprende de forma holística los procesos comunicativos de un proyecto, programa o plan de CCS y CPE: evita una visión túnel a la vez que permite realizar

una lectura comprensiva. Este enfoque entiende el programa como un conjunto de elementos articulados e interdependientes entre sí que conforman un sistema, lo que constituye probablemente “el avance más evolucionado y sofisticado en evaluación hasta la fecha” (Greene, 1999 en Ligeró, 2011:30). Las relaciones medios-fines recorren el sistema desde su inicio hasta los resultados finales, implicando a todos los elementos de la intervención. La variación en uno de los elementos afecta al resto de los componentes. (Ligeró, 2011:30)

Este enfoque consiste en un sistema en el que se interrelacionan una serie de componentes: (1) la teoría del programa, como lógica que subyace en el proyecto y el marco teórico de la intervención; (2) resultados, como los logros del proyecto (intencionados o no); (3) procesos, como modos en los que se aplica el proyecto y/o las actividades; y (4) las estructuras, o los recursos, las personas, las competencias, los medios, la misión y la organización con los que cuenta el proyecto (Sala, 2014). Como resultado, la aproximación a lo que ha ido sucediendo en los entresijos de las actividades implementadas puede ser comprendido, seguido a partir de una relación causal y mejorado o modificado, con lo que la apuesta es verdaderamente transformadora.

4. Conclusiones

En este trabajo se ha partido de la diferenciación entre distintos tipos de procesos comunicativos, unos orientados a la paz y al desarrollo desde una perspectiva funcionalista, y otros, la CCS y la CPE, orientados a favorecer transformaciones sociales que participen en la redistribución del conocimiento local y en la solución de problemas de violencia e injusticia social.

Poder evaluar, es decir, medir de forma sistemática el alcance que las acciones ejecutadas han tenido, comprender y dotar de significado lo que ocurre al interior de los procesos comunicativos, deducir juicios específicos que permitan rendir cuentas y tomar decisiones sobre su mejora, es de vital importancia, pero también representa

una ardua tarea. Los procesos comunicativos, al jugar tanto con la praxis como con el contenido de lo que se transmite, merecen ser observados desde una mirada evaluativa que incorpore otras opciones diferentes a las evaluaciones tradicionales, principalmente guiadas por criterios y resultados. La experiencia de la autora, tanto en trabajo de campo como en el diseño de evaluaciones, es vital para poder señalar que nos hemos de acercar con otros enfoques a una realidad que es, por definición, cambiante a cada paso que da; pues esa es la huella dialógica de la comunicación. Frente a las opciones de evaluación pre-ordenada que surgen desde distintos organismos multilaterales y otras agencias estatales, comienzan a hacerse hueco, en el campo de la evaluación de la CCS y de la CPE, las aportaciones que la evaluación desde enfoques pluralistas, de análisis de las teorías del cambio y desde enfoques sistémicos puede realizar.

A lo largo del artículo se ha ido proponiendo volver la vista a los actores locales para que adquieran mayor relevancia en el abordaje de las evaluaciones. Tanto el enfoque pluralista como el análisis de marcos interpretativos permiten develar necesidades informativas escondidas, cadenas de actividades ocultas, interpretaciones distintas que van modificando los procesos de CCS y CPE, como características connaturales a estos enfoques.

Si bien es cierto que las evaluaciones estandarizadas guiadas por criterios pre-ordenados facilitan una realización de la actividad evaluativa más cómoda y generan resultados que pueden ser comparados con otros procesos, no nos permiten, en la mayoría de las ocasiones, avanzar en el reconocimiento de nuevas formas de hacer dentro del área. Así, se puede afirmar sin argumentos veraces que la CCS o la CPE está incidiendo, impactando en la realidad, cuando, en muchas ocasiones, simplemente se estarán realizando unas actividades concretas, con unos objetivos concretos, sin incidir en los imaginarios comunitarios. Poder reconocer nuevas teorías del cambio dentro de estas áreas constituye una necesidad vital si se pretende aportar en el campo evaluativo.

A partir del enfoque sistémico, además, se puede evitar la visión túnel que no permite reconocer en qué momento del proceso comunicativo un proyecto, programa o plan está fallando.

Hay mucho trabajo que hacer con la comunidad de evaluadores para que pueda llegar a convertirse en esos negociadores que sepan combinar demanda evaluativa, necesidades informativas, interpretaciones de los hechos sociales y diseño evaluativo. El campo evaluativo, en su más amplio espectro, cuando combinado con las áreas de la CCS y de la CPE, permite ahondar en los problemas específicos, incluso de conceptualización, que presentan estos enfoques comunicativos. Y tal y como refiere Clemencia Rodríguez (2011), somos aquellos que trabajamos en estas intersecciones los que podemos observar todo el espectro de cuestiones que pueden ser preguntadas, indagadas. En ello estamos.

Notas

1. Se puede entender por *stakeholders* a aquellos actores sociales que resultan afectados o afectan al programa, política o servicio que se quiere evaluar. Se podría traducir el término como agente crítico, actor social o actor implicado. Hay diversos agentes que participan en el programa o en una organización en diferentes situaciones y posicionamientos. El resultado es una multiplicidad de actores con intereses legítimos en la evaluación que pueden tener diferentes inquietudes en cuanto al programa o al servicio y, por supuesto, también hacia su evaluación.

Bibliografía

- BARKER, C. (1999). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós.
- BURTON, J. (1990). *Conflict resolution and prevention*. New York: St Martin's Press.
- BUSH, K. (1998). *A measure of Peace: Peace and Conflict Impact Assessment (PCIA) of Development Projects in Conflict Zones*. Ottawa: IDRC.
- BUSTELO, M. (1999). Diferencias entre evaluación e investigación: Una distinción necesaria para la identidad de la evaluación de programas. *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*. 4, primavera/verano.
- BUSTELO, M. & LOMBARDO, E. (2006). Los marcos interpretativos de las políticas de igualdad en Europa: conciliación, violencia y

- desigualdad de género en la política. *Revista Española de Ciencia Política* 14. 117-140.
- FREIRE, P. (1970). *Pedagogía do Oprimido*. Rio de Janeiro: Edições Paz y Terra.
- GALTUNG, J. (1996). *Paz por medios pacíficos: Paz y Conflicto, Desarrollo y Civilización*. País Vasco: Gernika Gogoratuz.
- GUMUCIO-DAGRON, A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación y desarrollo* 12 (1).
- GUMUCIO-DAGRON, A. & TUFTE, T. (eds.) (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social. Lecturas Históricas y Contemporáneas*. La Paz: Plural con CFSC Consortium.
- HOFFMAN, J. (2013). Conceptualizing Communication for Peace. *UPEACE Open Knowledge Network*. Occasional Workig paper, 1.
- HOWLEY, K. (ed.) (2010). *Understanding Community Media*. Los Angeles: Sage.
- KAPLÚN, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- KATZ, E. & LAZARSELD, P.F. (1955). *Personal Influence: the part played by people in the flow of mass communications*. New York: The Free Press.
- LARRÚ, J.M. (2013). Las brechas de la evaluación en la cooperación española al desarrollo, <http://www.fundacionluisvives.org/rets/22/articulos/96745/index.html> (accedido en noviembre de 2013).
- LIEBES, T. & CURRAN, J. (eds.). (1998). *Media, Ritual and Identity*. London: Routledge, pp. 203-218.
- LIGERO, J.A. (2011). *Dos métodos de evaluación: criterios y teoría del programa*. Serie CECOD 15. CEU Ediciones.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1986): *Oficio de Cartógrafo, travesías latino-americanas de la comunicación en la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MEFALOPOLUS, P. (2002). La comunicación empoderadora en GUMUCIO-DAGRON, A. & TUFTE, T. (eds.) (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social. Lecturas Históricas y Contemporáneas*. La Paz: Plural con CFSC Consortium, p. 1148.
- RODRÍGUEZ, C. (ed.). (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Bo-

- gotá: Friedrich Ebert Stiftung, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- SALA, C. (2014). *Evaluación de proyectos de cooperación*. Oviedo: IEPC.
- SALA, C. (2015). *Recorridos de las comunicaciones para la paz. Conceptualización, revisión crítica y propuestas desde la comunicación para el cambio social y la teoría de transformación de conflictos* (Tesis doctoral). Bilbao: Universidad de Deusto.
- SRIRAM, C. (2007). Justice as peace? Liberal peacebuilding and strategies of transitional justice. *Global Society* 21 (4), 579-591.
- THOMAS, P.N. & VAN DE FLIERT, E. (2015). *Interrogating the Theory and Practice of Communication for Social Change*. Queensland: Palgrave Macmillan.

Biografía

Cristina Sala Valdés
csalav@uoc.edu
UOC/OBREAL/Voics Institute

Cristina Sala Valdés, PhD, es directora de Voics Institute, una institución independiente de investigación, formación y desarrollo social (I+D+Fs) que trabaja en las conexiones que existen entre la Comunicación, la Paz y el Desarrollo. Como profesora de estudios de tercer ciclo en el Instituto de Estudios para la Paz y la Cooperación (IEPC, Universidad de Oviedo), la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y el Instituto de Formación e Investigación de las Naciones Unidas (UNITAR) busca acercar a otros públicos las investigaciones en las áreas antes mencionadas. Cristina forma parte del equipo del Observatorio de las Relaciones Unión Europea -América Latina (OBREAL) como investigadora y diseñadora de proyectos que colaboren en la transformación del conflicto colombiano y en la construcción de una paz justa y sostenible. Es autora de un buen número de artículos, capítulos en libros y materiales de estudio que exploran la intersección entre comunicación, paz y desarrollos.

SEGUNDA PARTE

Comunicación, publicidad y cambio social

El relato feminista en la cultura popular digital actual: tensiones entre la racionalidad publicitaria y un enfoque político transversal¹

ELOÍSA NOS-ALDÁS

ALESSANDRA FARNÉ

(IUDESP/ Dpto. Ciencias Comunicación,
Universitat Jaume I, Castellón)

Introducción

Este capítulo aborda la comunicación para el cambio social desde la perspectiva de uno de los principales ejes de violencia institucionalizada y desigualdad: el género. Vivimos en una sociedad asentada en una cultura patriarcal que asigna diferentes valores, roles y privilegios a partir de la construcción del sexo-género (Butler, 1990), lo que configura una compleja estructura de injusticias y desigualdades, especialmente acuciantes para las mujeres. El feminismo, en cuanto visibilización de las violencias contra la mujer y trabajo por la igualdad de derechos, conlleva enfrentarse a la cultura hegemónica patriarcal y heteronormativa (Wittig, 1981) que, por su parte, manifiesta resistencias al cambio con ataques al movimiento en diferentes ámbitos. Nuestra propuesta analiza contextos de producción cultural (Reguillo, 2004) y explora mecanismos comunicativos de resignificación de la figura de la mujer con pretensión de transformación del conflicto en y desde la comunicación como respuesta a los discursos de crispación

sobre el feminismo, especialmente en los entornos digitales actuales (Arranz, 2017).

De ahí que este estudio resalte la importancia de visibilizar y transformar la violencia cultural, una violencia simbólica que subyace a la formación de identidades impermeables y a la defensiva de la diferencia (Nos-Aldás & Pinazo-Calatayud, 2013) que se manifiestan en las guerras dialógicas sobre el feminismo que aquí se analizan. En función de nuestras investigaciones previas sobre comunicación de éxito para el cambio social, nuestra hipótesis es que los productos culturales que recogen marcos (Lakoff, 2007) de justicia, no violencia y transversalidad son más activadores de una cultura de la solidaridad (Nos-Aldás y Farné, 2015; Nos-Aldás, Iranzo & Farné, 2012) y, por lo tanto, contribuyen a una transformación social que resignifique a la mujer desde sus capacidades (agencia) hacia la igualdad. No olvidamos que la comunicación es sólo un elemento más de la transformación social que depende también de la educación formal, no formal e informal y las decisiones políticas y legislativas, entre otras instituciones que influyen en la configuración social.

Como estudio de caso específico se aplica un marco teórico y conceptual de comunicación, cambio social y activismo feminista (Engel, 2017; Gámez-Fuentes, Gómez-Nicolau & Maseda-García, 2016; Mari-Sáez, 2016a; 2016b; Nos-Aldás, Iranzo & Farné, 2012; Tufte, 2017) a tres campañas audiovisuales de ámbitos diferentes de la producción cultural que incorporan discursos feministas y que han tenido difusión y retroalimentación en contextos digitales. Nos centramos en productos audiovisuales de emisores variados (ámbito comercial, nuevos medios y activista) y con intenciones diversas para analizar sus estrategias comunicativas y la recepción por parte de las audiencias.

1. Comunicación, cambio social, feminismo y cultura popular

1.1. Contexto y justificación

Para abordar estos retos, ponemos aquí a dialogar las propuestas de la Comunicación del Cambio Social (Tufte, 2015) y la Comu-

nicación para la Paz y la Transformación pacífica de Conflictos (Lederach, 2010; Nos-Aldás, 2013) con los estudios de Género y el activismo feminista en los escenarios de comunicación actuales (Gámez-Fuentes, 2011; 2015). Consideramos una variable determinante a tener presente en la configuración de enfoques políticos transformativos su coexistencia en la cultura popular actual con las tendencias de racionalidad publicitaria (Benavides, 1994; 1997), que los dificulta. La racionalidad publicitaria se caracteriza por un discurso seductor y consensual (Zunzunegui, 1994; 1999), de énfasis promocional. Las formas de hablar y de hacer pensar la publicidad (que se han extendido a la configuración retórica del resto de espacios y relaciones comunicativas) se definen por un enfoque persuasivo que presenta como presupuesta y creíble cualquier idea, de forma que los públicos no la pongan en duda y la asuman de manera inmediata como única opción, como espejo de la realidad. Al contrario, un discurso con carácter político (que se posicione frente a las injusticias, educativo y transformativo), precisa expresar los temas por medio de un proceso de conflicto y resolución, de implicación intelectual y personal del receptor que le lleve a la reflexión, la posibilidad de interpelación y de desacuerdo frente a las ideas y propuestas que se le plantean. La racionalidad comunicativa es la comunicación como comprensión de las diferentes opiniones (Habermas, 1987).

En todos estos debates teóricos nos encontramos con un doble enfoque que se repite: tendencias instrumentalistas frente a procesos dialógicos abiertos; retóricas mercadotécnicas frente a identidades políticas; objetivos individuales frente a lugares de encuentro con intereses colectivos, pro-comunes. A grandes rasgos, estas tendencias se enmarcan o bien desde la comunicación pública (*publicity*) como configuración cultural y política, como organización como colectivo humano o desde la comunicación comercial (*advertising*) (Benavides, 1997; Costa, 1993). Esta bifurcación se refleja en la tensión centrífuga y centrípeta entre, por una parte, la Economía Social y Solidaria y la Comunicación de Cambio Social y, por otra, las tendencias de fagocitación de la política por la publicidad (Gámez-Fuentes & García-López, 2015), que ha pasado

“de vender sexo a activismo” (Holder, 2017). Así, en los escenarios actuales de la comunicación, el relato feminista se transmite y resignifica en un terreno que abarca los usos comerciales desde objetivos privados (*femvertising*, *pinkwashing*, tendencias *curvy*), otras adaptaciones *mainstream* de la lucha por los derechos de las mujeres (a veces trivializada), y discursos políticos que el debate en las redes torna, en ocasiones, en conflicto no abordado de forma dialógica (como veremos en los casos analizados).

En el presente estudio pretendemos localizar las posibles consecuencias de la resignificación del feminismo cuando el discurso no es propiamente político-participativo sino que busca su impacto en el discurso creativo desde objetivos diversos y diferentes formas de mediatización (ya sea en escenarios de comunicación comercial, informativa o de activismo).

Partimos de la paradoja de que mientras desembocando en el 15M se configuraron unas redes de indignación, colaboración y creación ciudadana esperanzadoras para la construcción de culturas de paz (Castells, 2012; Toret, 2013; Sampedro, 2014; Marí-Sáez, 2016a), en paralelo las redes sociales (con el anonimato, la inmediatez y la vertiginosidad de sus ritmos) han ido configurando en torno a la racionalidad publicitaria espacios de odio y tendencias al *troleo* que crispan y polarizan a la sociedad en torno a temas políticos: “Las rencillas digitales parecen haberse instalado como forma de relacionarse políticamente”, como reacción al “activismo anti-racista y feminista” llevado a cabo por “personas muy activas, muy preparadas en lo teórico y con ganas de intervenir políticamente el mundo que habitamos” (Gil, 2017).

La identidad política se desdibuja en representaciones y relaciones en que el sujeto es objeto de autopromoción o consumo (de la mirada, mercancía) (Marí-Sáez, 2016b; Sampedro, 2017) o procesos de deshumanización y disociación reflejados en la proliferación de la comunicación violenta y discurso del odio en Internet (Miró-Llinares, 2016). Revisamos esta situación comunicativa desde el reto de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) y la comunicación para la paz de representar a los sujetos desde su dignidad y considerar los mecanismos retóricos

que regulan reaccionar con indignación a la falta de respeto a esa dignidad y a la vulneración de la justicia social (glocal).

1.2. Marco teórico: avances previos y retos detectados

La postura teórica y metodológica que desarrollamos aquí se basa en la performatividad de los actos de comunicación (discursos) (Austin, 1976; Martínez-Guzmán, 2003), en sus consecuencias culturales, su incidencia en la configuración socio-cultural, su responsabilidad por su capacidad mediadora entre realidades y colectivos, por los compromisos que rompe o establece. Esta premisa entronca con la tradición de la comunicación que acuerda que es en el plano simbólico donde negociamos nuestras identidades y relaciones (Sabsay, 2009). Planteamos asumir la consiguiente responsabilidad desde el análisis crítico de la violencia simbólica y cultural, lo que persigue desvelar la dificultad de visibilizar sus consecuencias directas en la convivencia desde la interdependencia e intersección de factores. Precisamos de criterios compartidos para destapar la opacidad que la retórica de la racionalidad publicitaria (con su consenso no-conflictivo) juega en el tipo de relaciones que se producen en los escenarios digitales y la activación o desactivación de una ciudadanía global (digital).

Se propone un concepto de eficacia cultural y eficiencia cultural (Nos-Aldás, 2007; Nos-Aldás, Iranzo & Farné, 2012) como evaluación de actos comunicativos como establecimiento de unas relaciones sociales a través de los escenarios discursivos (simbólicos). El modelo cultural que nos sirve de referencia para analizar críticamente los discursos sociales es si las interacciones comunicativas (las decisiones y variables de su producción) promueven culturas de paz. Es decir, según las variables establecidas por Galtung (1996), si se respetan todas las necesidades humanas básicas que van desde la libertad (ausencia de represión) y el respeto a las diferentes identidades, hasta la ausencia de violencia directa o estructural, específicamente aquí desde la variable de género. Habrá violencia siempre que exista un desequilibrio entre estas necesidades y su realización efectiva (como bien recoge Martínez-Guzmán,

2001; 2010). Buscamos dibujar esos hilos discursivos que van de la violencia cultural a la directa (que denuncian campañas actuales globales como #Niunamenos)².

El análisis que aquí se presenta aborda la comunicación desde la CDCS, lo que implica enmarcarla desde objetivos y prácticas de justicia social (Darnton & Kirk, 2011; Nos-Aldás & Santolino, 2015). Estos enfoques dialogan con el poder narrativo en la construcción de imaginarios y en la legitimación de determinadas políticas y modelos culturales (García-López, 2017; Martín-Barbero, 1987). La cultura popular sigue siendo el lugar donde se negocia el antagonismo social, hegemónico (Colaizzi, 2017) y la investigación feminista sobre la comunicación y la construcción de la mujer víctima (Gámez-Fuentes, 2013) aborda los diferentes escenarios de comunicación y marcos que miran al género como un dispositivo violentador (Sabsay, 2017).

Es en ese terreno donde nuevos medios o colectivos feministas libran su lucha dialéctica: *Pikara Magazine*, como resistencia comunicativa que interpela esas violencias y visibiliza otros discursos y propuestas, como subversión discursiva, o un grado más agresivo en sus lenguajes, *Locas del coño*, entre otros muchos proyectos de comunicación alternativa que buscan visibilizar otras propuestas culturales, políticas y económicas (Rodríguez & Romero, 2017). Una línea que encuentra también manifestaciones muy recientes en los contextos de comunicación que este trabajo analiza en forma de medios alternativos y nuevos medios como *ElDiario.es* o *El Salto* como proyecto colectivo en el que muchas de estas iniciativas también participan (López-Ferrández, 2018).

En este estudio nos preocupa especialmente ampliar esa justicia social desde la investigación y los estudios para la paz (*Peace Research* y *Peace Studies*) y la transformación de las violencias desde la noviolencia. La perspectiva adoptada es la de las posibilidades y estrategias de la transformación pacífica de conflictos, en la que el conflicto se acepta como parte de la convivencia y la manera de abordarlos (en positivo) como la principal clave. El reconocimiento (Honneth, 1997; 1992) es un criterio determinante en este acercamiento epistemológico que argumenta la intersubjeti-

vidad desde los feminismos subalternos e interculturales (Martínez-Guzmán, 2001; 2010) y la interseccionalidad, una de las aportaciones del feminismo radical —entendiendo “radical” con Angela Davis (2004) como que “va a la raíz de las cosas”— más relevante para un enfoque de cambio social (transformador de las estructuras) porque aborda los diferentes elementos de discriminación (género, raza y clase, principalmente) que se cruzan en las relaciones de poder (Hooks, 2017), pero también las capacidades diferentes o configuraciones socio-históricas y político-culturales de diversos colectivos.

Nos situamos para ello en la redefinición de la epistemología de las ciencias sociales desde un enfoque de “agencia” (Grossberg, 2003: 165-168 en Fernández-Moreno, 2015: 201)³, aplicado también en el campo de la CDCS por Tufte (2014). Estas posturas se apoyan en valores de posibilidad (Schwartz, 1992; Schwartz & Boehnke, 2004), que subyacen a procesos planteados desde la Educación para la Paz y el pensamiento feminista de imaginar y proyectar las alternativas posibles (Boulding, 1988; Boulding & Boulding, 1995; Brock-Utne, 1985). Como argumenta la Filosofía para hacer las paces, las personas tenemos la capacidad para hacer las cosas de otras maneras e incluso de “desaprender” aquellos valores o creencias que nos llevan a la violencia (Comins-Mingol & Martínez-Guzmán, 2010). Los estudios de género y el feminismo de la diferencia proponen como ejemplos la aceptación de la vulnerabilidad como característica intrínseca a la humanidad y a la diferencia desde esta perspectiva de agencia, de resistencia (Butler, Gambetti & Sabsay, 2016), de resiliencia (abordando los procesos como aprendizaje y fortalecimiento). Estas cuestiones de responsabilidad y resistencia inciden en la respons(-)[h]abilidad (*response-ability*) entendida como la capacidad de respuesta (*responsiveness*) y la responsabilidad (*responsibility*) de quién tiene que rendir cuentas a quién y cuáles son los testimonios legitimados para comprender las injusticias (Gámez-Fuentes & Gómez-Nicolau, 2017). Estudiamos aquí la transferencia de esas ideas a procesos de innovación narrativa.

1.3. Nuestro posicionamiento y propuesta

Esta investigación se plantea en el plano teórico y aplicado desde la afirmación de Kate Millet que define el activismo feminista como “Lo personal es político” (Parrondo-Coppel, 2009). Este enfoque define una aproximación crítica a la incidencia que la configuración cultural tiene en nuestra cotidianidad, y viceversa, la responsabilidad colectiva que nuestra individualidad también implica. Apunta a la conexión y opacidad entre las injusticias globales y sus causas, a la interconexión entre acciones individuales y colectivas.

Dentro de estos procesos nos posicionamos desde la transversalidad y la no violencia como criterios de eficacia cultural (Iranzo & Seguí-Cosme, 2015; Nos-Aldás & Farné, 2015).

La transversalidad como aproximación discursiva que conecta con las diferentes sensibilidades desde la pluralidad, más allá de sus “procedencias, identidades, creencias y culturas” (Colau & Alemany, 2012). Este criterio lo extraemos de las investigaciones de la CDCS que han evaluado el impacto socio-político y cultural de la comunicación de las organizaciones de movimientos sociales (Seguí-Cosme & Nos-Aldás, 2017; Nos-Aldás, Seguí-Cosme & Iranzo, 2015).

La no violencia parte de la educación y la comunicación para la paz: diferentes investigadores y colectivos han trabajado en la importancia de encontrar el tono y estilo adecuado para evitar la violencia sin renunciar a la denuncia y la acción transformadora, que se vincula a una asertividad (alternativa a la pasividad, que no cambia las cosas) que reclama el activismo, la resistencia y la transformación social (en este caso el feminismo). Aparece aquí el debate sobre la “agresividad creadora” como “fuerza vital” no violenta que persigue un “comportamiento constructivo” (Seminario de Educación para la Paz, 1994: 15). Estos enfoques desembocan en la comunicación transgresora que exploran Mesa y otras (2013) dialogando con Lagarde (2000; 2011) a través de valores inclusivos, universales y emancipados.

Valores sistematizados desde historias de vida de mujeres activistas por la paz que nos trasladan al papel del testimonio como

estrategia de comunicación del cambio social. Más allá de su eficacia como estrategia narrativa para acercarnos a las experiencias, comprenderlas y compartirlas, aplicamos aquí el estudio del testimonio ético como forma de convertir las experiencias personales representativas de la violencia contra determinados colectivos en luchas colectivas a través del discurso. Ético porque ancla la argumentación y la retórica en posicionamientos políticos de justicia social. Buscamos aquí trasladar las propuestas que vienen desarrollándose desde áreas interdisciplinares como la literatura comparada y la memoria histórica (Ferraroti, 1991), que han identificado el uso del testimonio con una comunicación de la veracidad, la honestidad y la activación de la memoria compartida (Nos-Aldás, 2009), o los *trauma studies* (Oliver, 2004; Kaplan, 2005), para localizar posibles mecanismos comunicativos de re-situación de los diferentes actores y la re-significación de las temáticas y relaciones para promover culturas de paz en los contextos digitales actuales en relación a las manifestaciones violentas sobre el discurso feminista. En concreto, queremos cruzar el papel del testimonio en la denuncia de la violencia directa con su elaboración como parte de procesos de denuncia de la violencia cultural: como herramienta metodológica de resignificación de la figura de la mujer.

2. Metodología y corpus

Para analizar los discursos de cambio social feminista en los actuales escenarios comunicativos en España hemos delimitado un corpus que trabaja en la violencia cultural y estructural más que la directa, ya que precisamente son los ejes menos evidentes y que requieren una mayor labor de concienciación. Para ello hemos realizado un estudio comparativo de tres campañas que incorporan discursos feministas en diferentes ámbitos de producción: comercial, nuevos medios y activista. Abordar los tres ámbitos de producción mediática permite realizar una comparativa de los discursos y estrategias comunicativas empleadas. Las piezas selec-

cionadas son ejemplos recientes de campañas audiovisuales que han generado mucha repercusión social:

1. Comercial: “Deliciosa calma” de Campofrío (<https://youtu.be/aZSSiYvgxsU>).
2. Nuevos medios: “¿No te ha pasado que...?” del espacio *Micromachismos* de *eldiario.es* (<https://www.youtube.com/watch?v=WVRKdakH6fw>).
3. Activista: “Sentador de madres” del colectivo *Locas del coño* (<https://www.youtube.com/watch?v=uwffOylxUM8>).

Desde el punto de vista metodológico, hemos realizado un doble análisis de los tres vídeos seleccionados, desde la perspectiva de la producción y de la recepción, que se sintetiza al máximo en estas páginas.

Por una parte, hemos llevado a cabo un análisis discursivo de los vídeos basándonos principalmente en las estrategias discursivas empleadas en la aproximación al feminismo y los “discursos sociales” sugeridos (Benavides, 1997), entendidos como esquemas conceptuales proyectados en los interlocutores, imaginarios colectivos derivados de los debates propuestos en función de los valores, emociones, creencias y, en consecuencia, comportamientos implicados. Para ello, hemos analizado cada uno de los tres vídeos seleccionados en cuatro niveles (visión general/contexto, estructura, estrategias discursivas y discursos sociales) (Nos-Aldás, 2007: 169-173) para evaluar su performatividad (la realidad que representa, la relación que establece con ella y la reacción que busca). En concreto, dialogamos con Gámez-Fuentes y Gómez-Nicolau (2017) para rastrear el posible uso de testimonio ético en “la relación entre quien da el testimonio y quien atestigua, el contenido del testimonio, la construcción narrativa de la vulnerabilidad y la resistencia, la vinculación entre la denuncia concreta y el marco general de lucha social”.

Por otra parte, hemos analizado los comentarios que estos vídeos han suscitado en YouTube para evaluar el potencial de los diferentes enfoques de producción en las audiencias. La elección de YouTube

se debe a que, en la actualidad, es la principal plataforma de vídeos y, además, permite la interacción de la audiencia a través de los comentarios que se pueden publicar. Este enfoque nos permite examinar la operatividad del entorno 2.0 en los procesos de re-significación de las violencias de género y de re-situación de los agentes sociales. Con relación al análisis de los comentarios en YouTube, hemos adaptado la metodología a los tres casos específicos a partir de anteriores análisis en redes sociales (Iranzo & Farné, 2014) y en YouTube (Nos-Aldás & Farné, 2015). Además, hemos incluido el testimonio como elemento a localizar para evaluar su potencial como herramienta de la comunicación para el cambio social (Gámez-Fuentes & Gómez-Nicolau, 2017). Concretamente, hemos analizado los comentarios⁴ según las siguientes categorías:

- Posicionamiento: hallar el nivel de apoyo al vídeo (o algunos de los temas que aborda) según sea a favor, en contra, o indeterminado.
- Temas: extraer las cuestiones centrales que se tratan en los comentarios. Para cada comentario se registra el tema principal.
- Estilo comunicativo: establecer si se emplea un estilo apreciativo (en caso de meros comentarios u opiniones personales) o argumentativo (aporta argumentos, ejemplos, datos).
- Actitud: detectar si el lenguaje empleado transmite una actitud positiva (dialogante, explicativa), negativa (vehemencia, insultos, burlas) o indefinida (no destaca en ninguno de los dos sentidos).
- Género: identificar a partir del nombre de usuario utilizado para publicar el comentario si ha sido escrito por un hombre, una mujer o es indeterminado (uso de pseudónimos que no permiten establecer el género).
- Testimonio: localizar si hay comentarios que incluyan algún tipo de referencias a vivencias (personales o de terceros) con relación a los temas expuestos.

Este doble análisis aplicado a los tres ámbitos permite extraer conclusiones sobre los criterios a tener en cuenta para futuras campañas.

3. Resultados

3.1 Análisis discursivo de los videos

3.1.1. “Deliciosa calma”

Se trata de una campaña de comunicación comercial de Campofrío (comunicación corporativa y de producto, vende la gama Pavofrío) y, junto al spot que aquí se analiza, en mayo de 2016 abrió al público el Restaurante Deliciosa Calma en Madrid como espacio experiencial de encuentro de mujeres⁵. Utiliza una racionalidad publicitaria pero también abre espacios de racionalidad comunicativa (a través de los encuentros reales “Deliciosa Charla” #DeliciosaCalma⁶). A continuación sintetizamos los rasgos principales extraídos del análisis:

- Contexto: 15 millones de reproducciones hasta septiembre de 2016 (Anuncios, 2016). Ha obtenido los principales premios (EFICACIA, Eurobest, El Sol, Cannes).
- Estructura:
 - Parte I: Ritmo acelerado, música basada en instrumentos de percusión, planos cambio muy rápido de escenas de mujeres solas ocupándose de situaciones que les producen estrés; acaba con la cocina como estrés y un cuchillo que se clava en una tabla de madera a modo de mensaje “Hasta aquí hemos llegado; se acabó”.

IMÁGENES 1, 2 Y 3. ARRANQUE “DELICIOSA CALMA”



- Parte II: Ritmo sosegado, música de piano, restauración como placer/relax, planos más largos de grupos de mujeres, ritmo más pausado en las escenas y en el cambio de planos.

IMÁGENES 4 Y 5. PARTE II DE "DELICIOSA CALMA"



- Cierre: “Una sociedad equilibrada también ayuda a reducir el estrés. Pavofrío, alimentando otro modelo de mujer.”

IMAGEN 6. CIERRE DE “DELICIOSA CALMA”



- Estrategias discursivas:
 - Marcos parte I: mujer-madre, mujer-profesional, mujer-belleza, mujer-ama de casa.
 - Marcos parte II: mujer-libre canon belleza, mujer-madre/pareja-esposa, mujer-soltera/mujer-libre (belleza), mujer-madre/ama de casa, mujer-no madre, madre-libre canon belleza, mujer-madre/profesional/reivindicación laboral.
- Testimonio: la relación entre quien da el testimonio y quien atestigua, en este caso, es una marca comercial que media a través de un spot publicitario y sus consumidores y la sociedad quienes atestiguan. En la diégesis, quien da testimonio y quien atestigua son mujeres que se representan como protagonistas que se identifican como sujetos que enuncian esas posturas, que denuncian unas vivencias (aunque a través de unas recetas de cocina como metáfora). Se crean además espacios de sororidad, tanto en la ficción (con la representación de mujeres que comparten experiencia y vivencias), como en los encuentros en el Restaurante real. El contenido del testimonio, la construcción narrativa de la vulnerabilidad y la resistencia, la

vinculación entre la denuncia concreta y el marco general de lucha social queda representado a través de esas recetas (metáforas):

“no pienso tener hijos y qué, sin ralladura de ningún tipo”

‘Hoy no he ido al gimnasio porque no me ha dado la gana y ya iré si puedo con salsa de trufa negra’ o ‘Sigo sin pareja estable y me la resbala sobre base de aguacate de arándanos’.

“¿Alguna intolerancia? Sí, a la presión social”.

“Alcachofas de soy directora general mundial y madre” (...) “¿Lleva reducción de jornada laboral, verdad?” es el elemento más reivindicativo que sí se hace eco de las luchas sociales de su contexto. Aparece además como última petición, justo antes del cierre.

- Discursos sociales: este spot visibiliza reivindicaciones muy concretas del feminismo a través del concepto del estrés de las mujeres, una consecuencia concreta de la violencia estructural y cultural, aunque el enfoque de la agencia que crea la campaña relativiza su engarce estructural: “Pavofrío lanza “Deliciosa Calma” con la finalidad de liberar a las mujeres de sus tensiones diarias” (McCann, 2016).
- Reflexiones finales: es muy interesante el proyecto comunicativo de sortear cenas para mujeres como lugar de encuentro (y sororidad) que lo convierte en comunicación participativa: el restaurante Deliciosa Calma permitía a las comensales proponer sus propios platos basados en sus propias tensiones.

3.1.2. “¿No te ha pasado que...?”

- Contexto: es el primer vídeo del espacio Micromachismos de *eldiario.es* Material educativo y promocional. *Hashtag* #Amí-también.
- Estructura:
 - Introducción/capta atención (“¿No te ha pasado que...?”). Retórica videoclip con primeros planos de hombres que plantean esa primera parte de la pregunta creando suspense.

- Parte I: Testimonios en boca de hombres que hablan a cámara (planos dinámicos) que plantean testimonios de diferentes situaciones de (micro)machismo.
- Parte II: Primeros planos de mujeres fijas que contestan “A mí sí”; “(Y) A mí también”; “Y a mí”; “Sí”.

IMAGEN 7 Y 8. PARTE I Y PARTE II DE “¿NO TE HA PASADO QUE...?”



- Conclusión: llamada a seguir enviando testimonios y a apoyar al medio haciéndose socios.

IMAGEN 9 Y 10. CONCLUSIÓN DE “¿NO TE HA PASADO QUE...?”



- Estrategias discursivas: personajes masculinos, planos americanos/primeros planos, pregunta retórica, cambio de perspectiva (desfamiliarización) al ser hombres quienes plantean testimonios de experiencias vividas por mujeres, testimonio/historia/vivencia.
- Testimonio: la relación entre quien da el testimonio y quien atestigua y el contenido del testimonio son testimonios reales enviados a *eldiario.es* de manera anónima (blog Micromachismos). El testimonio realiza una construcción narrativa de la vulnerabilidad y la resistencia: la vulnerabilidad se representa con los gestos faciales, el tono de voz, las situaciones que se

mencionan (“empieza a ser un poco agresivo”, “por miedo”, “evitar que te intimiden”); la resistencia se observa en expresiones como “te cabrea”, “quién eres tú para decirme eso”, “estás cansado de tener que dar explicaciones”, y cómo busca en la propia vinculación entre la denuncia concreta y el marco general de lucha social, al compartir con el resto estas situaciones personales que se convierten en representativas del patriarcado buscando visibilizarlas para abordarlas por medio de ese dar la cara y afirmar “A mí sí”.

- Discursos sociales: se denuncia la falta de reconocimiento de las capacidades de la mujer, la presión social (la maternidad como definitoria del sentido de ser mujer), la violencia de género, el acoso, el miedo, la mujer infravalorada en lo profesional, la mujer que tiene que seguir el canon de belleza (violencia cultural). Se interpela a la sociedad para llamar la atención de la generalización de estas violencias, el hecho de que sean sistémicas.

3.1.3. “Sentador de madres, Navidad en igualdad”

- Contexto: Campaña de Navidad de 2016 del colectivo *Locas del coño* (Revista Feminista Colaborativa Digital), colectivo que se define como “Sororidad como autodefensa feminista”.

- Estructura:

- Introducción: “Navidad, empieza la cena, y con ella, el baile de la desigualdad”. “Siempre nosotras, las mujeres”. “Ya madre paquí, madre pallá”

IMAGEN 11 Y 12. INTRODUCCIÓN DE “SENTADOR DE MADRES”



- Parte I: “¿Qué pasa? ¿Nadie más sabe apagar el horno? ¿Nadie más sabe dónde está la cocina? ¿O será la mala costumbre? Tranquilas. Este año tenemos la solución”.

IMAGEN 13. PARTE I DE “SENTADOR DE MADRES”



- Parte II: “Presentamos, el sentador de madres”, “El invento definitivo con el que los hombres descubrirán que no sólo tienen manos para pelar gambas”.

IMAGEN 14 Y 15. PARTE II DE “SENTADOR DE MADRES”



- Conclusión: “Sentador de madres. Esta navidad, la tecnología al servicio de la igualdad”.

- Estrategias discursivas: ironía, humor (“con palo-brindis incluido”), exageración, intertexto retórica teletienda y racionalidad publicitaria (Madre-friendly, fácil de lavar).
- Testimonio: *Locas del coño* da testimonio por las mujeres víctima de violencia cultural, pero su inclusión en el universo die-

gético a través de una voz en off de una locutora borra totalmente las características propias del testimonio señaladas en el marco teórico de este estudio y lo convierte en racionalidad publicitaria. No se visibiliza el testimonio: es la voz de un colectivo que denuncia una situación a través de un discurso publicitario que como puede verse en la imagen 11 y en la introducción del relato, se acerca a la victimización al aislar la figura de la madre en un espacio vacío que se centra en su soledad antes de apuntar a los responsables de su estrés.

- Discursos sociales:

- Se denuncia un marco mujer-madre/ama de casa para luego dar solución por medio de un recurso que permita la mujer-agencia-libertad (“para que sólo ella decida cuándo levantarse”); marco-hombre-la mujer a su servicio.

- “¿Nadie más sabe?/costumbre” alusión al enfoque de capacidades y a la violencia cultural.

Destaca como punto de conflicto (por la descalificación directa a “los hombres”): “El invento definitivo con el que los hombres descubrirán que no sólo tienen manos para pelar gambas”.

¿Rompe esa afirmación -irónica- la transversalidad del discurso? ¿Puede plantear problemas en la recepción el uso de la generalización como recurso retórico?

3.2 *Análisis de la recepción*

La primera aproximación a la recepción en YouTube de los vídeos analizados nos revela los siguientes datos:

- “La deliciosa calma” (en adelante “vídeo 1”): ha registrado 505.102 visualizaciones, 2000 “me gusta” (88%), 279 “no me gusta” (12%) y 127 comentarios⁷.
- “No te ha pasado que ...?” (en adelante “vídeo 2”): 479.694 visualizaciones, 23.000 “me gusta” (92%), 2000 “no me gusta” (8%) y 2448 comentarios.

- “Sentador de madres” (en adelante “vídeo 3”): 770.178 visualizaciones, 8000 “me gusta” (80%), 2000 “no me gusta” (20%) y 2873 comentarios.

En este sentido, los tres vídeos han tenido un gran alcance y, en general, un apoyo mayoritario por parte de la audiencia ya que el número de “me gusta” supera notablemente el de “no me gusta” y en proporciones similares en los tres ejemplos. No obstante, el análisis de los comentarios publicados revela más detalles sobre los procesos de recepción suscitados (discursos sociales).

La Tabla 1 recoge la comparación de los resultados en los tres casos según los criterios de análisis adoptados.

TABLA I. COMENTARIOS GENERADOS EN LOS TRES VÍDEOS

	Deliciosa Calma		¿No te ha pasado que...?		El Sentador de madres	
	nº	%	nº	%	nº	%
Posicionamiento						
A favor	18	14,2	38	29,9	19	15
En contra	54	42,5	35	27,6	44	34,6
Indeterminado	55	43,3	54	42,5	64	50,4
Temas						
Ataques al feminismo	6	4,7	2	1,6	18	14,2
Discriminación hacia los hombres	13	10,2	23	18,1	2	1,6
Negación del machismo	0	0	12	9,4	9	7,1
Explicaciones sobre feminismo	11	8,7	38	29,9	26	20,5
Descalificaciones	38	29,9	22	17,3	25	19,7
Indeterminado	59	46,5	30	23,6	47	37
Estilo comunicativo						
Apreciativo	110	86,6	81	63,8	82	64,6
Argumentativo	17	13,4	46	36,2	45	35,4
Actitud						
Positiva	7	5,5	40	31,5	14	11
Negativa	52	40,9	35	27,6	49	38,6
Indeterminada	68	53,5	52	40,9	64	50,4
Género						
Hombre	37	29,1	27	21,3	46	36,2
Mujer	28	22	29	22,8	23	18,1
Indeterminado	62	48,8	71	55,9	58	45,7
Testimonio						
Sí	1	0,8	14	11	17	13,4
No	126	99,2	113	89	110	86,6

Ante todo, cabe destacar que en los comentarios los niveles de apoyo disminuyen notablemente con respecto a la proporción de “me gusta”/“no me gusta”. No obstante, el vídeo 2 sigue generando más apoyos, aproximadamente el doble que los otros dos. Por otra parte, en ninguno de los tres vídeos es posible identificar claramente el apoyo en casi la mitad de los casos porque las frases son meros comentarios sin posicionamiento o respuestas enrevesadas entre usuarios en las que es difícil extraer el significado.

El análisis del eje temático ha desvelado una serie de cuestiones principales que se repiten en los tres casos (aunque con diferente presencia). En el vídeo 1, casi la mitad de los comentarios aluden a temas indeterminados o cuestiones puntuales, incluidas acusaciones de plagio por parte de Campofrío o de críticas a la industria cárnica. Entre los temas principales de los comentarios a este vídeo, predominan las descalificaciones generales con insultos o burlas. Por ejemplo, “[...] Parece que eres una attention whore” o “Póngame una de ‘Soy una loca de los gatos pero culpo al patriarcado para no reconocer que la he cagado’”⁸.

Por otra parte, en los comentarios del vídeo 2 destacan las explicaciones sobre feminismo en respuesta a muchas intervenciones sobre la discriminación hacia los hombres, como en la imagen 16:

IMAGEN 16. EJEMPLO DE COMENTARIO SOBRE DISCRIMINACIÓN HACIA LOS HOMBRES



Victor Hace 4 meses

Carlota Rose no te a pasado que estás buscando una habitación de alquiler pero te es muy complicado porque solo admiten mujeres porque son más educadas? no te ha pasado que has ido a buscar empleo de camarero y te han rechazado solo porque buscan mujeres? no te ha pasado que vas a la discoteca y ves como las mujeres entran sin pagar un duro y a ti te toca pagar 12 euros? no te ha pasado que alguna vez has oído decir, los hombres son todos iguales, o los hombres no saben hacer dos cosas a la vez, y no te ha pasado que has conocido la historia de un padre que se divorcia y solo puede ver a sus hijos el finde semana y además es el único sustento de la familia? porque a mi sí... el feminismo no es lo que era, si queremos igualdad hay que dar una de cal y otra de arena, hay que ser justos.

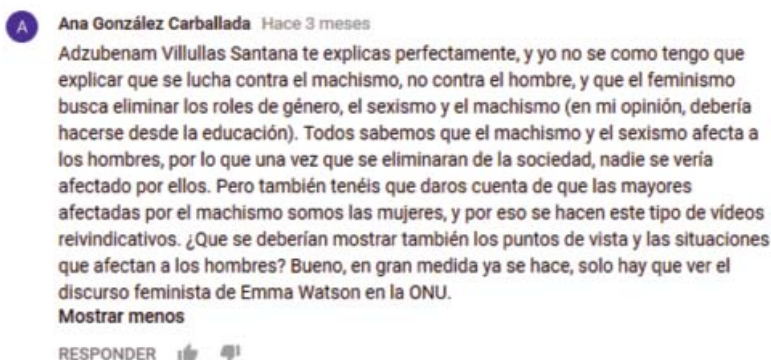
absteneros de insultos etc

Mostrar menos

RESPONDER 4  

Este tipo de alusiones a la discriminación masculina genera muchas respuestas que incorporan explicaciones sobre qué es el feminismo (casi el 30% de los comentarios intenta aclarar qué es cultura patriarcal, machismo, cuestiones de desigualdad, etc.), como por ejemplo “[...] Todo esto está generado por el patriarcado que crea el machismo, por lo tanto el machismo os afecta, no son “microhembrismos”, son micromachismos. Analiza por qué un hombre no puede llorar en público: porque tiene que ser el machito que controla a su esposa y familia, modelo patriarcal. [...]” o la imagen 17:

IMAGEN 17. EJEMPLO DE COMENTARIO CON EXPLICACIONES SOBRE FEMINISMO



En el vídeo 3, los temas principales se reparten entre explicaciones sobre el feminismo (en respuesta a), descalificaciones y ataques al feminismo. Estas dos últimas cuestiones están especialmente relacionadas, como en el comentario “[...] No discutas con estas feminazis locas del coño que no valen ni la mitad de lo que creen, *están adoctrinadas y lobotomizadas, pobrecicas”. Ejemplos más concretos de ataques al feminismo son: “[...] esto del victimismo feminista y de las ideologías de *genero se nos ha ido de las manos, el feminismo cada vez *degera más, *radicalizandonce y al final habrá una guerra entre *hombre oprimidos por el feminismo radical y mujeres oprimidas por la sociedad machista”, o:

IMAGEN 18. EJEMPLO DE COMENTARIO ATACANDO EL FEMINISMO

Fernando Hace 10 meses (editado)

Lau Millarengo ya vez en el 95% de hogares del s. XX
pero, te doy la bienvenida XXI donde todos colaboran.

esta "campaña" es estúpida a más no poder y decir que es lo que va a pasar en el 95% de los hogares no es más que una forma de probarme que el "feminismo moderno" es peor que el cáncer.

RESPONDER 2  

Con respecto al estilo comunicativo empleado, en los tres casos prevalecen comentarios apreciativos con meras opiniones, como “Jajajja *q bueno” (en vídeo 1) o “pues a *mi me ha encantado 10/10 pobres madres/abuelas” (en vídeo 3). El estilo argumentativo está más presente en los comentarios del vídeo 2, como refleja el ejemplo de la imagen 14 antes expuesto. No obstante, también el vídeo 3 ofrece ejemplos de comentarios argumentativos que tratan de explicar por qué no ha gustado la manera de enfocar el problema de la desigualdad de género en la cocina, como: “[...] Pero que no *tendría que representar la realidad *tendría que mostrar una *solucion, y la *solucion que presenta es *patetica y que no defiende la igualdad” o “[...] quejarse no es la solución, la solución es mostrar, dar ejemplo. Esta propaganda me habría encantado si también se hubiese hecho un sentador de hombre y luego se mostrase a una familia *ayudandose entre ellos”.

Con relación a la actitud, los tres vídeos presentan diferencias destacables. Si bien es cierto que en los tres casos alrededor de la mitad de los comentarios muestran una actitud indeterminada, tiene porcentajes muy dispares en términos de actitud positiva y negativa. Los vídeos 1 y 3 tienen niveles muy bajos de comentarios con actitud positiva, mientras que destacan los de actitud negativa. Por ejemplo, en el vídeo 1 encontramos: “feministas de mierda”, “de los peores anuncios que he visto, una mierda de *propagada feminazi, este anuncio es de la señora goebbles” o el más elaborado:

IMAGEN 19. EJEMPLO DE COMENTARIO CON ACTITUD NEGATIVA



El vídeo 3 ofrece comentarios con actitud parecida, además de uno especialmente dirigido a un hombre que respaldaba la existencia del machismo: “[...] Eres un puto huelebragas arrastrado de mierda. Das ascopena actuando así te crees que follarás más. Vete a fregar la cocina maricona.”

De las categorías analizadas se puede extraer también una lectura de género, acotando los comentarios publicados por hombres o mujeres (dejando de lado las intervenciones de usuarios cuyo género no se ha podido establecer). La Tabla 2 ilustra las diferencias en el posicionamiento, en las descalificaciones y la actitud:

TABLA II. DIFERENCIAS DE LOS COMENTARIOS POR GÉNERO

	Deliciosa Calma		¿No te ha pasado que...?		El Sentador de madres	
	Comentarios publicados por					
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Posicionamiento						
A favor	2	10	3	20	3	4
En contra	25	3	16	1	28	1
Temas						
Descalificaciones	11	2	4	2	11	5
Actitud						
Positiva	-	4	5	18	1	3
Negativa	18	7	6	5	22	8

Finalmente, el último eje de análisis pretende detectar el uso de testimonios en el debate sobre campañas feministas. En los tres casos, el uso del testimonio es muy minoritario, especialmente en el vídeo 1 donde solo aparece de manera superficial y para insultar a otra persona: “[...] 23 años lleva mi padre trabajando 12 horas para sacar adelante a la familia, pero nada mujer, que te estresas mirando dos facturas pues nada habrá que pagarte una pensión”. En el vídeo 2 hay varios comentarios que recogen vivencias de discriminación por parte de hombres como “[...] no te *hs pasado que las mujeres entran gratis en las discotecas o clubs liberales por ser mujeres, y que los hombres tenemos que pagar 50 € por ser hombres? A MÍ SÍ ME HA PASADO”, pero también hay ejemplos de vivencias desde el punto de vista de la mujer:

IMAGEN 20. EJEMPLO DE COMENTARIO CON TESTIMONIO

Ana González Carballada Hace 3 meses

#RauL# Te quiero decir que existe un enorme sexismo en el mercado laboral, y ese es un claro ejemplo. Claaaro que sí, que me pregunten en cada puñetera entrevista de trabajo si tengo pensado quedarme embarazada (por si no lo sabías hacer ese tipo de preguntas es sexista y discriminatorio) es para preocuparse por mi salud, y que hagan test de embarazo (en serio, incluso después de una condena seguís manteniendo que es un "protocolo de salud", la pobre excusa que pudo poner la aerolínea y que no se sostiene por ningún lado,es flipante) a todas las mujeres para saber si contratarte o no, para ti es una chorrada.

Mostrar menos

RESPONDER  

En el caso del vídeo 3, los testimonios son principalmente de hombres que no se sienten reflejados por la situación, como “[...] Yo no *se si vivís en los años 50 o vivo yo en otro planeta *por que en mi vida he visto un caso como el que refleja el vídeo” o:

[...] lo que no entiendes es que las cosas están cambiando desde hace tiempo yo en la mayoría de casas en las que he estado el hombre y la mujer se reparten el trabajo no la gilipollez que se está mostrando en este video *, si las mujeres quieren resentirse y hacerse las víctimas por cosas que la mayoría de ellas ni han vivido allá ellas.

4. *Discusión y conclusiones*

En este estudio hemos realizado un análisis comparado de tres campañas que abordan el feminismo desde tres ámbitos de producción diferentes. El análisis discursivo que hemos llevado a cabo permite constatar las diferencias entre las tendencias “políticas” de la publicidad comercial actual (Campofrío) con dos proyectos que pretenden ser transformadores desde los nuevos medios y la sociedad civil (*eldiario.es* y *Locas del Coño*). Otro elemento a destacar es que las dos campañas con pretensión transformadora emplean diferentes estrategias comunicativas en sus vídeos: “¿No te ha pasado que...?” se apoya en una narrativa más transversal (es la única donde aparecen hombres y mujeres) basada en el testimonio mientras que “El sentador de madres” utiliza la racionalidad publicitaria para su lucha.

El análisis de la recepción de estas campañas por parte de la audiencia muestra una respuesta ambivalente: hay un apoyo general a los vídeos en términos de “me gusta” recibidos en YouTube, pero el análisis detallado de los comentarios revela un alto nivel de crispación en el debate. Muchos usuarios interpretan la denuncia del machismo y el patriarcado como ataque a todos los hombres, recibiendo los discursos (incluso el humor) como ofensa personal y no desde la empatía con quienes son violentadas. Estas reacciones desde la hostilidad reflejan los actuales escenarios de ofensiva al feminismo en el marco de la cultura del contraataque (Silva & Mendes, 2015). En los comentarios destaca la insistencia de *trolls* y *flamers* que encienden los debates con el discurso del odio hacia las mujeres y el feminismo (con rabia y expresiones como feminazis, hembrismo o misandria) tomando la forma específica de *gendertrolling* (Mantilla, 2013) y convirtiendo las redes en un campo de batalla donde todo vale. Encontramos en la recepción de estos discursos el reflejo de una de las estrategias históricas de violencia cultural: la construcción del enemigo (Butler, 2009; Benet-Ferrando, 2013).

Esta aversión es mayor cuando la estrategia comunicativa empleada hace uso de la retórica publicitaria (Campofrío) o del sarcasmo y la generalización (*Locas del coño*), aunque la propuesta de

la sección Micromachismos de *eldiario.es* tampoco se libra de ataques, lo que desvela aún más la urgencia de este trabajo comunicativo. A continuación, localizamos los principales elementos que dificultan la eficacia cultural de estas campañas.

“Deliciosa Calma” es el vídeo que más comentarios con descalificaciones y actitud negativa genera. El rechazo al discurso se produce en cuanto se denuncia la actitud patriarcal apelando de manera directa a los hombres en frases como: “que vaya su padre / que se la haga su padre” o “Hoy no he ido a recoger a los niños con loncha de pavo y ya está su padre para hacerlo, digo yo”. Esta estrategia es interpretada como ataque a los hombres, llegando a generar comentarios con expresiones acusatorias como “hembrismo” o “misandria”. Por otra parte, que se trate de un discurso comercial también despierta la desconfianza de los públicos y nos hace cuestionar su aportación a la lucha ya que el feminismo presentado es igual de *light* que su producto. Como apuntaba la escritora y activista Barbijaputa (2016), si bien el mensaje de “otro modelo de mujer” llega a millones de mujeres, también sigue perpetuando “la presión de que mantengamos la delgadez que ya tenemos, o la de adelgazar si aún no la hemos conseguido. En definitiva: no nos libramos de tener que encajar en la imagen patriarcal sí o sí [...]”. Además, Yolanda Domínguez (2016) resalta que “Este anuncio, que pretende ser feminista, ignora lo que el feminismo no: la presión social sobre la mujer es transversal, no se ciñe a mujeres blancas heterosexuales delgadas, ni se limita sólo a unas presiones sí y a otras no.” Se lo hace notar a Mónica Moro, directora general creativa de McCann, quien asume el error y refleja que no habían sido conscientes del resultado de su casting.

“El Sentador de Madres” también ha suscitado muchos comentarios con actitud negativa, similares a los de Campofrío, pero en este caso se detecta el mayor número de ataques directos al feminismo (“es peor que el cáncer”). La hostilidad hacia esta campaña se ha trasladado también a otros contextos digitales y, por ejemplo, Facebook llegó a cerrar el perfil de *Locas del Coño* por presiones de un acoso machista organizado (Rodríguez-Pina, 2016). Siguiendo con el análisis de la performatividad de los discursos, la

lucha que la propia denominación del colectivo/revista “Locas del coño” condensa puede influir en la postura a la defensiva de quienes no son conscientes de su construcción machista.

De las tres campañas, “¿No te ha pasado que...?” es la que ha generado más apoyo, más comentarios argumentativos, con actitud positiva y explicaciones sobre qué es el feminismo (comprender el alcance de la cultura patriarcal y el sistema de desigualdades que crea). También ha suscitado más comentarios que aluden a la discriminación que sufren los hombres como expresión de infravaloración a los micromachismos tratados en el vídeo, hasta tacharlos de “microchorradas”. Aunque “los micromachismos o microrracismos son eufemismos de machismo y racismo, sin más” (Gil, 2017), este tipo de reacciones confirman la dificultad de concienciar sobre elementos culturales y estructurales de la violencia ya que sus causas son menos visibles que las de la violencia directa. El esfuerzo de *eldiario.es* para concienciar sobre estos machismos cotidianos tiene además continuidad en otras campañas, como la siguiente con una versión de testimonios de mujeres (con transversalidad política y nombres propios)⁹.

A partir de las críticas más constructivas de la recepción de las tres campañas analizadas extraemos dos ejes de reflexión para futuras iniciativas. Por una parte, la necesidad de adoptar un enfoque lo más transversal posible. Como señala algún comentario: “[...] Es *cuestion de buscar otras estrategias, otro enfoque, porque este de ignorar a todo un *genero no funciona y a la larga es perjudicial para el feminismo” (en vídeo 2). Por otra, cabe explorar el enfoque de comunicación de soluciones (DevReporter, 2016) para crear discursos que no se limiten a denunciar lo que está mal, sino que también ofrezcan nuevos imaginarios en los que todos los géneros puedan inspirarse.

En conclusión, el estudio revela las tensiones comunicativas entre despolitizar los contextos y repolitizarlos en otros marcos (Sabsay, 2017) prestando atención a los criterios de transversalidad y no violencia como estrategias de eficacia para la transformación pacífica de conflictos desde una racionalidad comunicativa. Estos procesos de argumentación colectiva (en

la línea del ejemplo de Micromachismos) dialogan con la humildad y la sinceridad discursiva (Camilo, 2006) y utilizan una retórica de la invitación (Foss & Griffin, 1995) como lugar de encuentro.

En esta línea, la transversalidad se asociaría a esos valores inclusivos y universales que rescatan Mesa y otras (2013) del activismo pacifista feminista y encuentra el reto de la no violencia para representar los valores emancipados transgresores como la “ruptura” (con modelos previos) o las diferentes formas de “libertad” y “emancipación” necesarias para la justicia social. Así, las tensiones entre la retórica publicitaria y el discurso político se observa en “Deliciosa Calma” con valores inclusivos como “colectividad”, “sororidad” y “vínculo” y universales como la “igualdad de oportunidades” o “la fuerza de la palabra”.

Aún así, nos preguntamos: ¿ganaría en transversalidad y en eficacia cultural “Deliciosa Calma” (y la línea de comunicación corporativa de Pavofrío) si en lugar de alimentar “otro modelo de mujer” alimentara “otro modelo de sociedad” (un marco más coherente con la lucha feminista, estructural y cultural y donde la mujer es agente en su contexto)? ¿Ganaría en transversalidad “El sentador de madres” si hubiera sido un “Levantador de traseros” que ayudara a compartir las responsabilidades de la casa entre toda la familia?

Cerramos pues este capítulo planteando nuevos retos comunicativos frente a la seriedad de este conflicto, con la pregunta de si criterios de eficacia cultural apuntados por Kirk (2014) o PIRC (2017) podrían articular espacios de innovación comunicativa transformativos en este escenario. Su análisis de las prácticas comunicativas sobre desarrollo, justicia social o igualdad les llevan a apuntar que hay que hacer del propio relato el eje de las campañas (las construcciones simbólicas, la performatividad), un relato que no son sólo las palabras sino también las imágenes y cada elemento discursivo, no empezar nunca desde los propios marcos de la violencia sino desde las propuestas de alternativas que sean políticas (que apelen a la historia de las causas, del origen de esa

violencia, a que la opresión es estructural e interseccional, interdependiente), lo que implica no trivializar sino plantear los retos y las dificultades, la vulnerabilidad de los individuos, colectivos y organizaciones.

Notas

1. El presente estudio se enmarca en los proyectos de investigación MINECO/FEDER “La resignificación de la mujer-víctima en la cultura popular: implicaciones para la innovación representacional en la construcción de la vulnerabilidad y la resistencia” (FEM2015-65834-C2-2-P), “Prácticas y perfiles tecnopolíticos. Nociones emergentes de ciudadanía” (MINECO CSO2013-48612-C2-1-P) y “Testimonio ético y comunicación para el cambio: análisis de modos de re-significación de la figura de la víctima y de re-situación de los agentes sociales” (UJI P1•1B2015-21).
2. El presente estudio se escribió antes del auge del movimiento #metoo y de la Huelga Feminista del 8M 2018 por lo que no se incluyen referencias y reflexiones al respecto.
3. “(...) las posibilidades de la acción como intervenciones en los procesos por los cuales se transforma continuamente la realidad y se ejerce el poder” (Grossberg, 2003: 165-168).
4. Análisis realizado a partir de los comentarios capturados el 6 de octubre de 2017 con el programa Nvivo.
5. Toda la información y los vídeos de las conversaciones reales en la web www.deliciosacalma.com.
6. <https://www.youtube.com/watch?v=CVwUfucPZTU&t=22s>
7. 127 ha sido el número de comentarios analizados también para los otros dos vídeos con el objetivo de tener una muestra comparable en los tres casos.
8. Ejemplos de este tipo de comentarios indeterminados son: “[...] Claro que sí, pero por qué mezclas el tocino con la velocidad?”# (en vídeo 1), “mi gato se llama guantes” (en vídeo 2) o “[...] Vaya a recoger su pin a la sala de *al fondo a la derecha” (en vídeo 3). Reproducimos los textos originales de los comentarios sin corregir la redacción, pero añadimos un asterisco * para alertar de las posibles faltas.
9. <https://www.youtube.com/watch?v=MB-ySGEYF10>

Bibliografía

ANUNCIOS. (2016). “Deliciosa calma”: un territorio potente y una

- repercusión a su altura. *Anuncios: Semanario de publicidad y marketing*, 1543, 46-46.
- ARRANZ, F. (2017). Ciberespacio y violencia de género. ¿Suma cero?. En R. Cotarelo. & J. Gil (Comp.), *Ciberpolítica. Gobierno abierto, redes, deliberación, democracia* (pp. 271-290). Madrid: INAP.
- AUSTIN, J. L. (1976). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.
- BARBIJAPUTA (2016). Lo del anuncio de Pavofrío. *El Diario.es*. http://www.eldiario.es/zonacritica/pavofrio-anuncio-barbijaputa_6_515908406.html
- BENAVIDES, J. (1994). Sobre la “crisis” de la publicidad: ¿estrategias de adaptación a los cambios o una nueva manera de pensar?. En J. Benavides (Ed.), *La crisis de la publicidad*. Madrid: Edipo.
- BENAVIDES, J. (1997). *Lenguaje Publicitario. Hacia un estudio del lenguaje en los medios*. Madrid: Editorial Síntesis.
- BENET-FERRANDO, V. (2013). The Hero in World War / Anti War Films. *Peace Review: A Journal of Social Justice*, 25(3), 392-397.
- BROCK-UTNE, B. (1985). *Educating for Peace: A Feminist Perspective*. New York: Pergamon Press.
- BOULDING, E. (1988). *Building a global civic culture: education for an interdependent world*. New York: Teachers College Press, Columbia University.
- BOULDING, E. & Boulding, K. E. (1995). *The future: images and processes*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- BUTLER, J. (2009). *Frames of War: When is Life Grievable?*. Brooklyn, NY: Verso.
- BUTLER, J. (1990). *Gender Trouble*. London: Routledge.
- BUTLER, J., Gambetti, Z. & Sabsay, L. (2016). *Vulnerability in Resistance*. London: Duke University Press.
- CAMILO, E. (2006). ¿Procesos de influencia o de argumentación? Anotaciones sobre la especificidad de las estrategias publicitarias de las campañas de sensibilización. En E. Nos-Aldás y M. J. Gámez-Fuentes (eds.), *Medios de comunicación y solidaridad: reflexiones en torno a la (des)articulación social* (pp. 121-153). Castellón: Servei de Publicacions de la Universitat Jaume I.
- CASTELLS, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza.

- COLAIZZI, G. (2017). Grupo discusión expertas en el marco del proyecto MINECO/FEDER “La resignificación de la mujer-víctima en la cultura popular: implicaciones para la innovación representacional en la construcción de la vulnerabilidad y la resistencia” (FEM2015-65834-C2-2-P). 3 de julio de 2017, UJI.
- COLAU, A. & ALEMANY, A. (2012). *Vidas hipotecadas*. Barcelona: Angle.
- COMINS-MINGOL, I. & MARTÍNEZ-GUZMÁN, V. (2010). Cultura de paz y educación para el desarrollo. En T. Burgui y J. Erro (eds.), *Comunicando para la solidaridad y la cooperación* (pp. 51-70). Pamplona: Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía.
- COSTA, J. (1993). *Reinventar la publicidad. Reflexiones desde las ciencias sociales*. Madrid: Fundesco.
- DARNTON, A. & M. KIRK (2011). *Finding Frames: New ways to engage the UK public in global poverty*. Bond for International Development.
- DEVREPORTER (2016). *Vademécum para una información internacional responsable*.
http://devreporternetwork.eu/wp-content/uploads/2016/04/vademecum_DR_ESP.pdf
- DAVIS, A. Y. (2004). *Mujeres, raza y clase*. Madrid: AKAL.
- DOMÍNGUEZ, Y. (2016). *Entrevista a Mónica Moro sobre el anuncio de Pavofrío*.
https://www.youtube.com/watch?v=SUZ_ckPHJr0
- ENGHEL, F. (2017). El problema del éxito en la comunicación para el cambio social. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 6(1), 11-22.
- FERNÁNDEZ-MORENO, D. (2015). *Destrucción y reconstrucción de la identidad de mujeres maltratadas: análisis de discursos autobiográficos y de publicidad institucional*. Madrid: Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad.
- FOSS, S. K. & GRIFFIN, C. L. (1995). Beyond Persuasion: A Proposal for Invitational Rhetoric. *Communication Monographs*, 62(1), 2-18.
- GALTUNG, J. (1996). Cultural Violence. En *Peace by Peaceful Means*. Londres: Sage.

- GÁMEZ-FUENTES, M. J. (2015). Feminisms and the 15M Movement in Spain: Between Frames of Recognition and Contexts of Action. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 14(3), 359-365.
- GÁMEZ-FUENTES, M. J. (2013). Re-Framing the Subject(s) of Gender Violence. *Peace Review: A Journal of Social Justice*, 25(3), 398-405.
- GÁMEZ-FUENTES, M. J. (2011). Sobre la mediatización de la violencia de género. En E. Nos Aldás et al. (Eds.), *Comunicación para la paz en acción*. Castellón: Universidad Jaume I.
- GÁMEZ-FUENTES, M. J. & GARCÍA-LÓPEZ, M. (2015). Las marcas y la seducción del activismo. En E. Nos Aldás, A. Arévalo Salinas & A. Farné (Eds.), *#comunicambio: Comunicación y Sociedad Civil para el Cambio Social / #com4change: Communication and Civil Society for Social Change* (pp. 426-437). Madrid: Fragua.
- GÁMEZ-FUENTES, M. J. & GÓMEZ NICOLAU, E. (2017). El 'testimonio ético' como modelo analítico en la comunicación para el cambio social. *Atas CIAIQ2017*, 170-179.
- GÁMEZ-FUENTES, M. J., GÓMEZ NICOLAU, E. & MASEDA GARCÍA, R. (2016). Celebrities, violencia de género y derechos de las mujeres: ¿hacia una transformación del marco de reconocimiento?. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 833-852.
- GARCÍA-LÓPEZ, M. (2017). ¿Quieres cambiar la Sociedad? Solo tenemos que crear un buen relato. Tres actos para un estudio crítico sobre la creatividad, movimientos sociales, estrategias narrativas y cambio social. En P. Cortés-González & M. J. Márquez-García (eds.), *Creatividad, comunicación y educación: más allá de las fronteras del saber establecido* (pp. 21-34). Málaga: UMA.
- GIL, F. G. (2017, 4 de julio). Avalanchas de odio en redes y el papel de las "personas aliadas". *eldiario.es*. Recuperado de http://www.eldiario.es/interferencias/pedagogia-activista-responsabilidad-personas-aliadas_6_661143899.html
- GROSSBERG, L. (2003). Identidad y estudios culturales: ¿no hay nada más que eso? En S. Hall & P. Du Gay. (Comp.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 148-180). Buenos Aires: Amorrortu.
- HABERMAS, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.

- HOLDER, A. (2017, 8 de febrero). La publicidad dice adiós al sexo; ahora lo que vende es el activismo, *The Guardian*. Recuperado de http://www.eldiario.es/theguardian/activismo-sustituye-sexo-publicidad_0_609989222.html
- HONNETH, A. (1997). *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Barcelona: Crítica.
- HONNETH, A. (1992). Integrity and disrespect: principles of a conception of morality based on the Theory of Recognition. *Political Theory*, 20(2), 187-201.
- HOOKS, B. (2017). *El feminismo es para todo el mundo*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- IRANZO, A. & Farné, A. (2014). Herramientas de comunicación para el tercer sector: El uso de las redes sociales por las ONGD catalanas. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(2), 28-55.
- IRANZO, A. & S. SEGUÍ-COSME (2015). Counter-framing non-violentcoercion: The case of the escraches by the PAH in the press. En E. Nos-Aldás, A. Arévalo & A. Farné (eds.). *#comunicambio: Comunicación y Sociedad Civil para el Cambio Social / #com4change: Communication and Civil Society for Social Change*. Madrid: Fra-gua.
- KAPLAN, E. A. (2005). *Trauma Culture: The Politics of Terror and Loss in Media and Literature*. New Jersey: Rutgers UP.
- KIRK, M. (2014). Orphanages, latrines & soap powder: 7 things we can do to fix the #PovertyDiscourse. [Blog] *Common Cause*. Recuperado de <http://valuesandframes.org/fixing-the-poverty-discourse/>
- LAGARDE, M. (2000). *Claves feministas para la autoestima. Cuadernos Inacabados 39*. Madrid: Horas y horas.
- LAGARDE, M. (2011). *Los cautiverios de las mujeres. Madresposas, mon-jas, putas, presas y locas*. Madrid: Horas y horas.
- LAKOFF, G. (2007). *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- LEDERACH, J. P. (2010). *The moral imagination: The art and soul of building peace*. Oxford: Oxford Univ. Press.
- LÓPEZ-FERRÁNDEZ, F. J. (2018). Potencialidades, límites, contradicciones y retos del cuarto poder en red. De Diagonal a El Salto. *Commons. Revista de comunicación y ciudadanía digital*, 7(1).

- MANTILLA, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media. *Feminist Studies*, 39(2), 563-570.
- MARÍ-SÁEZ, V. (2016a). Communication, development, and social change in Spain: A field between institutionalization and implosion. *International Communication Gazette*, Vol. 78(5), pp. 469-486.
- MARÍ-SÁEZ, V. (2016b). *Comunicaciones interrumpidas*. Madrid: PPC.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Ediciones G. Gili.
- MARTÍNEZ-GUZMÁN, V. (2010). Nuevas masculinidades y cultura de paz. En M. E. Díez Jorge y M. Sánchez Romero (coord.), *Género y paz* (pp.291-314). Barcelona: Icaria.
- MARTÍNEZ-GUZMÁN, V. (2003). Discurso y sensibilización: entre la indignación y la esperanza. En V. J. Benet y E. Nos Aldás (eds.), *La publicidad en el Tercer Sector. Tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria* (pp. 203-227). Barcelona: Icaria Editorial.
- MARTÍNEZ-GUZMÁN, V. (2001). *Filosofía para hacer las paces*. Barcelona: Icaria.
- MCCANN (2016). Premios. Deliciosa Calma-Pavofrío-Campofrío. <http://www.mccann.es/premios-de-publicidad/premios-a-la-eficacia-en-comunicacion-comercial/deliciosa-calma.html>
- MESA, M., ALONSO CANO, L. & COUCEIRO, E. (2013). *Visibles y transgresoras: Narrativas y propuestas visuales para la paz y la igualdad*. Madrid: Fundacion Cultura y Paz.
- MIRÓ-LLINARES, F. (2016). Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. *IDP. Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política*, 22, 93-118.
- NOS-ALDÁS, E. (2013). Public Discourses for Nonkilling Societies. En J. E. Pim (Ed.), *Nonkilling Media* (pp. 93-117). Honolulu, USA: Center for Global Nonkilling.
- NOS-ALDÁS, E. (2009). Enseñanzas de la escritura de Max Aub: comprensión y memoria. *Correo de Euclides*, 76-80.
- NOS-ALDÁS, E. & FARNÉ, A. (2015). Videoactivismo digital como comunicación para el cambio social pacífico: estrategias narrativas y discursos sociales en United for Global Change. En F. Sierra Cabañero & D. Montero (Eds.), *Videoactivismo y movimientos sociales. Té-*

- oría y praxis de las multitudes conectadas* (pp. 141-166). Barcelona: Gedisa.
- NOS-ALDÁS, E., IRANZO, A. & FARNÉ, A. (2012). La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 209-237.
- NOS-ALDÁS & PINAZO-CALATAYUD (2013). Communication and engagement for social justice. *Peace Review*, 25(3), 343-348.
- NOS ALDÁS, E. & SANTOLINO, M. (2015). La Investigación en Comunicación y Cooperación en los nuevos escenarios de movilización social: ONGD, objetivos de justicia social y eficacia cultural. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 2(4), 1-7.
- NOS-ALDÁS, E., SEGUÍ-COSME, S. & IRANZO, A. (2015). Evaluación e indicadores de eficacia cultural. Un análisis crítico desde los criterios de éxito de la comunicación actual de los movimientos sociales en España: la resonancia cultural en el caso de la PAH. En M. Chaparro (Ed.), *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas* (pp. 401-419). Málaga: Fragua-COMandalucía.
- OLIVER, K. (2004). Witnessing and Testimony. *Parallax*, 10(1), 79-88.
- PARRONDO-COPPEL, E. (2009). Lo personal es político. *Trama y fondo: revista de cultura*, 27, 105-110.
- PIRC (2017). *Framing Equality*. <http://publicinterest.org.uk/pride-prejudice-six-framing-lessons-london-pride/#more-5925>
- REGUILLO, R. (2004). Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso. *Aula Abierta. Lecciones básicas, Portal de Comunicación InCOM UAB*. Accesible en <http://www.portalcomunicacio.com/download/16.pdf>
- RODRÍGUEZ, C. & ROMERO MORENO, M. C. (2016). Propuesta para un viraje en el estudio de los medios en Las Márgenes. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 11(1), 331-351.
- RODRÍGUEZ-PINA, G. (2016). Facebook se disculpa por el cierre de la página feminista 'Locas del Coño'. *El País*. https://verne.elpais.com/verne/2016/12/23/articulo/1482484122_917081.html
- SABSAY, L. (2017). Grupo discusión expertas en el marco del proyecto

- MINECO/FEDER “La resignificación de la mujer-víctima en la cultura popular: implicaciones para la innovación representacional en la construcción de la vulnerabilidad y la resistencia” (FEM2015-65834-C2-2-P). 3 de julio de 2017, UJI.
- SABSAY, L. (2009). *El sujeto de la performatividad: narrativas, cuerpos y políticas en los límites del género*. Valencia: Universitat de Valencia, Servei de publicacions.
- SAMPEDRO, V. (2017). *Dietética digital para adelgazar al Gran Hermano*. Barcelona: Icaria.
- SAMPEDRO, V. (2014). *El cuarto poder en red: Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona. Icaria.
- SEMINARIO DE EDUCACIÓN PARA LA PAZ (APDH) (1994). *Educación para la Paz. Una propuesta posible*. Madrid: Libros de la Catarata.
- SCHWARTZ, S. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. En M. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* 25, (pp. 1-65). Orlando, FL: Academic Press.
- SCHWARTZ, S. and BOEHNKE, K. (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*, 38, 230-255.
- SEGUÍ-COSME, S. & NOS-ALDÁS, E. (2017). Indicadores de eficacia cultural de la comunicación para el cambio social: bases epistemológicas y metodológicas. *Commons, Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 6(2).
- SILVA, K., & MENDES, K. (2015). *Feminist erasures: Challenging backlash culture*. New York: Palgrave Macmillian.
- TORET, J. (2013). Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. *IN3 Working Paper Series* (pp. 1-178). Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya; Internet Interdisciplinary Institute. Recuperado de: <http://in3wps.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878>
- TUFTE, T. (2017). *Communication and social change: A citizen perspective*. Malden, MA: Polity.

- TUFTE, T. (2015). *Comunicación, Participación y Empoderamiento en Procesos Globales de Cambio*. Barcelona: Icaria.
- TUFTE, T. (2014). Memoria de Agencia, Participación y Resistencia. Hacia una dimensión diacrónica de la Comunicación para el Cambio Social. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(2).
- WITTIG, M. (1981). One Is Not Born a Woman. *Feminist Issues*, 1(2), 47-54.
- ZUNZUNEGUI DÍEZ, S. (1994). *Desear el deseo. Discurso publicitario e imaginario social*. Valencia: Universitat de València.
- ZUNZUNEGUI DÍEZ, S. (1999). Publicidad, consumo y comportamiento. En J. L. ARCEO VACAS (ed.), *Tratado de Publicidad y Relaciones Públicas* (pp. 509-539). Madrid, ICIE-Universidad Complutense de Madrid.

Biografías

Eloísa Nos Aldás
aldas@uji.es

Profesora Titular de la Universitat Jaume I de Castellón (UJI) desde 2003 en el Departamento de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Está acreditada como Catedrática desde 2015. Tiene una trayectoria investigadora, docente y de gestión de 20 años sobre Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social. Imparte clases de Comunicación para la Igualdad en el Grado de Publicidad y RRPP y de Comunicación para la Paz en el Máster Universitario en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo. Desde 2010 a 2016 fue directora de la sede-UJI del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP), en el que continúa como investigadora. Ha coordinado el proyecto MINECO “Evaluación e Indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” (CSO2012-34066 2013-2015) y el autonómico “Eficacia cultural, ONGs y sociedad civil: Hacia una comunicación sostenible” (GVPRE/2008/265 2008). Ha participado en redes y proyectos como el DevReporter de LaFede.cat o el ProjecteFAM de Quepo.

Alessandra Farné
farne@uji.es

Investigadora postdoctoral de la Universitat Jaume I de Castellón en el grupo de investigación “Desarrollo Social y Paz” y el Departamento de Ciencias de la Comunicación. Sus líneas de investigación se centran en comunicación para la paz y el cambio social, comunicación online, comunicación de las ONG y movimientos sociales. Imparte clases de Comunicación para la Paz / *Communication for Peace* en el Máster Universitario en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo y clases de Comunicación para la Igualdad en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Su actividad investigadora y docente dialoga con colaboraciones en organizaciones de la sociedad civil y redes de comunicación para el cambio social.

Imagen de la población “Sénior” en las agencias de medios españolas, una visión retrospectiva (2007-2013)

JOSÉ BERENGUEL FERNÁNDEZ

Universidad de Cádiz

1. Introducción

Actualmente se vienen incorporando de forma progresiva a la edad madura y a la vejez los “baby boomers” españoles (nacidos entre 1957 y 1977, en el llamado fenómeno “baby boom” o explosión demográfica española). Esta población constituirá, por peso demográfico, calidad de vida, y valor económico, el mercado durante los próximos 20 años, invirtiendo la pirámide poblacional, introduciendo cambios cualitativos respecto a hábitos de consumo, estilos de vida y condiciones socioeconómicas, físicas y psicológicas, y desplazando el actual “target comercial” de veinticinco a cincuenta y cuatro años, al de cuarenta y cinco a setenta y cuatro años.

A los Seniors, hasta ahora estereotipados como muy limitados en sus facultades físicas y mentales y poco interesantes como consumidores, se han ido incorporando nuevas generaciones que son muy diferentes de las que les precedieron y que van a ocupar papeles centrales en nuestra sociedad. Del estudio “Midliférs. La

generación digital experta” (Nethodology/Maxus, 2013)¹, extraemos la siguiente conclusión que define a los mayores como personas: “los Seniors actualmente son una generación vital y saludable”. La salud (76,4%), las relaciones de pareja (47,9%) y la familia (36,4%) son, efectivamente, los tres aspectos, que ese subsegmento, más valora para ser felices; mientras que sus tres preocupaciones son el trabajo (38,8%), la situación económica (25,3%) y la familia (20,7%). Además este importante subsegmento de la población, define su estado vital como “un buen momento en general” (17,9%) y disfrutan de la tranquilidad y el descanso (12,8%).

Reflexionando al respecto, y como afirman Ramos Soler y Mancebo Aracil (2013:946), “las personas mayores son un grupo heterogéneo, con estilos de vida, necesidades y procesos de envejecimiento diferentes y personales, lo que desafía de manera contundente los estereotipos y falsos mitos que han rodeado, hasta hace poco, a este grupo de población”.

El público objetivo, al que se dirigen las campañas de publicidad, está compuesto por personas y las personas son siempre distintas unas de otras. Esto ha de tenerse en cuenta también en el terreno de la planificación de medios y los mayores. Sólo conociendo al público Sénior en toda su complejidad seremos capaces de segmentarlo en función de aquellos criterios que realmente nos dicen algo relevante y característico sobre las personas que lo forman.

Es prioritario ajustar la comunicación a nuestros mayores, darles la importancia que se merecen y segmentarlos adecuadamente en ese nuevo y sorprendente perfil (Hudson, S., 2010 Westerhof *et al.*, 2010 Sudbury, L. y Simcock, P., 2009, Kohlbacher y Herstatt, 2008, 2007, Ramos Soler, 2007 y 2013, Thornhill y Martin, 2007; Mancebo Aracil, 2014).

Para ello, resulta necesario completar las investigaciones desde ámbitos como la sociología, la economía, la demografía, la psicología y la medicina con la perspectiva de la comunicación, comprobando si en el ámbito profesional se tienen estas mismas percepciones y si, de hecho, se aplican al trabajo cotidiano. En

concreto, se proyecta estudiar la imagen que los planificadores de medios tienen de los Seniors en su faceta más personal. Se pretende comprobar con qué base de conocimiento cuentan sobre dicho público y si esa base se corresponde con todas aquellas aportaciones teóricas extraídas de los distintos autores y estudios.

Los objetivos concretos que queremos alcanzar mediante esta investigación son los siguientes:

- 1) Dilucidar hasta qué punto los planificadores de medios y la profesión en general son conscientes de la gran diversidad que encierra en sí mismo un *target* de la magnitud del Sénior, que se compone a su vez de multitud de pequeños segmentos homogéneos en sí y heterogéneos entre sí.
- 2) Obtener algunas conclusiones concretas y certezas sobre la imagen que los planificadores de medios españoles tienen de los Seniors en general y del envejecimiento como proceso del desarrollo vital. Es decir, de los Seniors como personas. Se trata de saber hasta qué punto conocen al público para el que están planificando constantemente, cuáles son las ideas que tienen sobre el mismo y si ese conocimiento concuerda con todo lo apuntado.

2. Metodología

Ante la carencia de fuentes secundarias a las que acceder para consultar la información pertinente sobre el tema mencionado, se vio necesario plantear una investigación *ad hoc* que contribuyera a facilitarnos dicha información y, por consiguiente, permitiera arrojar algo de luz sobre un campo inexplorado hasta el momento.

El universo de estudio en este caso está formado por los profesionales del sector de las agencias de medios que operan en España y que participan o han participado de un modo u otro en planificaciones de medios dirigidas a Seniors.

Se optó por recurrir directamente a los profesionales de la planificación ya que entendemos que son los únicos capaces de facilitar información de primera mano sobre lo que para ellos constituye su trabajo diario. Se trata, pues, de los mayores expertos en la materia sobre la cual buscamos más información.

No se pretendía localizar siempre a un mismo cargo dentro de las agencias. Como consecuencia, los cargos varían de unas a otras ya que se ha buscado dentro de cada agencia a aquellos profesionales que, dado su perfil y su trayectoria, podían aportar una información más relevante para el estudio, sin limitarnos nunca a un cargo en concreto.

A partir de ahí se desarrolló una investigación propia mediante encuesta por Internet. Éste es un sistema de recopilación de información especialmente orientado a muestras de difícil acceso y cuestionarios de larga duración. Esta metodología favorece la “repesca” del encuestado en diferentes saltos en el tiempo y la recogida de datos intensiva, reduciendo tiempos y costes de ejecución. Se llevó a cabo a través de un cuestionario autoadministrado, cumplimentados por las mismas personas que proporcionan la información (Grande Esteban y Abascal, 2009: 194) y relativamente guiado (según la respuesta el cuestionario se desviaba automáticamente a una u otra pregunta). En este caso, la encuesta se realizó directamente por correo electrónico al que se anexó un enlace vinculado directamente con el cuestionario. Esto facilitó la obtención de información gracias a las múltiples ventajas proporcionadas, entre ellas la accesibilidad y localización de los profesionales en su ambiente de trabajo.

En definitiva, para conseguir estos objetivos se ha realizado un estudio descriptivo de carácter cuantitativo, recopilando, analizando e interpretando la opinión que sobre el particular tenían los profesionales del sector a partir de una muestra de setenta y tres encuestas on-line.

2.1. Indicaciones sobre el cuestionario

Se accedía al cuestionario a través de un enlace enviado en el correo electrónico. El texto principal de dicho e-mail estaba

constituido por el texto de presentación del estudio y la solicitud de colaboración para esta investigación. En primer lugar a la Asociación de Agencias de Medios² y posteriormente a cualquiera de los profesionales de dichas empresas. En ambos casos se pedía la difusión y respuesta del cuestionario enviado. Y para responderlo bastaba con pinchar el enlace e ir marcando una X, un número o un texto en los espacios destinados a tal efecto.

2.2. Contenido del cuestionario

El segundo objetivo planteado para este estudio procuraba conocer la imagen que los planificadores de medios tienen de los Seniors como personas. Se trataba de comprobar hasta qué punto esa imagen se corresponde con la realidad de las ideas que tanto los diversos autores, como los variados estudios consultados, han ido aportando a lo largo de esta investigación.

Por consiguiente, esta parte del estudio se concentraría en averiguar cuáles son las ideas y presupuestos generales que los planificadores que trabajan con este público poseen sobre el proceso de envejecimiento y la vejez, así como sobre los propios Seniors. Para ello se optó por entrar a fondo en dos cuestiones para las que se elaboraron las preguntas número seis y siete del cuestionario. La primera tiene que ver con la definición de los límites de edad de este proceso de la vida. Unos límites que no resulta nada fácil determinar. La segunda cuestión consiste en presentar un compendio de ideas y lugares comunes sobre los mayores. Algunas de ellas son tópicos y otras simplemente tienen que ver con la estricta realidad. Y el objetivo no es otro que tratar de comprobar hasta qué punto se conoce realmente a los Seniors de nuestra época.

La primera de estas dos preguntas consistía, por tanto, en indicar los límites de este período de la vida, para lo cual se daban diversas opciones:

- Más de 45 años.
- Más de 50 años.

- Más de 55 años.
- Más de 60 años.
- Más de 65 años.
- Otros (especificar).

Se pretendía así confirmar si realmente no existe una noción clara sobre las edades de inicio y final de esta etapa de la vida o si, por el contrario, el hecho de que en planificación de medios se trabaje con una serie de fuentes de información comunes y que normalmente utilizan los mismos cortes de edad podía influir en la idea que estos profesionales tienen sobre la prolongación temporal de este período de la vida.

La segunda pregunta relativa a los Seniors como personas, por su parte, procuraba poner sobre la mesa toda una serie de cuestiones relacionadas con las vertientes biológica, psicológica y sociológica propias de los Seniors. Para ello se optó por presentar una serie de preguntas con afirmaciones, de tal forma que cada encuestado pudiera elegir con la que estuviera más de acuerdo o, en su caso, optara por marcar la casilla NS/NC si desconocía la respuesta o si prefería no contestar por no tenerlo claro o estar de acuerdo, en parte, con las dos posibilidades.

El enunciado de esta pregunta siete del cuestionario reza así: “Con respecto a las siguientes afirmaciones indique si está más o menos de acuerdo”.

Las afirmaciones son las siguientes:

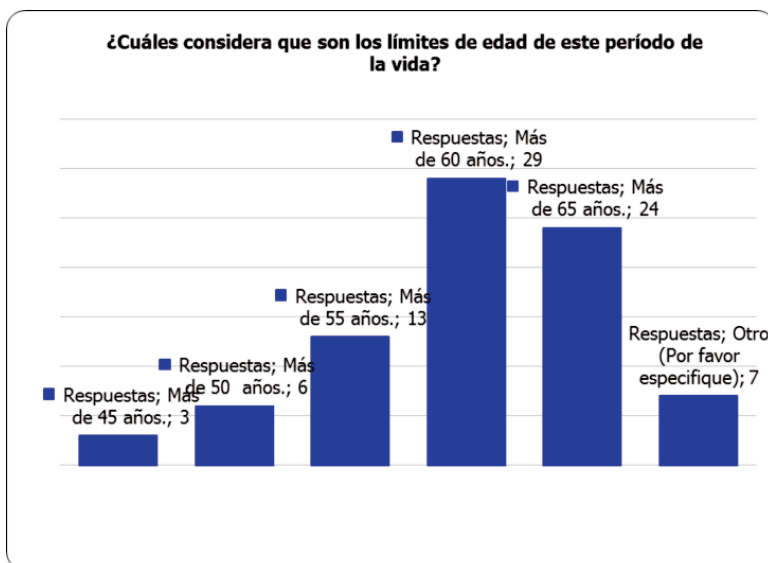
- Los Seniors son bastante similares entre ellos prácticamente en todos los aspectos.
- Los Seniors son un grupo especialmente heterogéneo y diverso formado por personas que atraviesan momentos vitales muy distintos.
- La mayoría de los Seniors están enfermos y dependen de otras personas.
- La mayoría de los Seniors viven su jubilación de forma independiente y no necesita ayuda para sus actividades diarias.
- Los Seniors se relacionan fundamentalmente con otros Seniors.

- Los Seniors se vuelcan con la familia y, en la actualidad, constituyen un apoyo fundamental en la vida de los hijos.
- La salud se pierde después de los 65 años.
- En la mayoría de los casos, el estado de salud no se deteriora bruscamente en un momento determinado de la vida.
- La mayoría de las personas mayores tienen algún grado de deterioro cognitivo.
- Las habilidades intelectuales pueden mermar con el tiempo, pero no tienen por qué ser un problema severo ni, normalmente, ocasionan dificultades en el día a día. Y, muchas veces, ni siquiera llegan.
- Los Seniors se sienten tristes y deprimidos.
- Tienen menores porcentajes de depresión que otros grupos de edad. Se sienten vivos y activos.
- Las personas mayores se vuelven difíciles de tratar.
- La personalidad se mantiene relativamente consistente a lo largo del ciclo vital.
- Afrontan mal los declives que les esperan con el envejecimiento. Consideran que ya no pueden aportar nada a la sociedad.
- La mayoría se ajusta con éxito a los desafíos vitales. Piensan que todavía tienen mucho por hacer.

3. Análisis y discusión de los resultados

En lo que respecta a los límites de edad en los que los encuestados sitúan a los Seniors, con una mirada rápida al gráfico que se recoge a continuación se puede deducir que no existe unanimidad a este respecto (gráfico 3.1).

GRÁFICO 3.1. LÍMITES DE EDAD DE LOS SENIORS



FUENTE: elaboración propia

Ya hablábamos de la confusión del término Sénior en cuanto a la horquilla de edad que comprendía y que ésta era variable según la tradición de cada país y de la interpretación de cada investigador y profesional. La opción mayoritaria (el 35 % de los encuestados, veintinueve de ochenta y dos), se decidieron por la respuesta “más de 60 años”, y el 29% (veinticuatro encuestados) marcó la casilla “más de 65 años”. Esto quiere decir, que la mayoría (el 66,23 % de los encuestados) cuando piensa en Seniors, los ubica temporalmente a partir de los 60/65 años. Curiosamente la franja “más de 45 años” ha sido la menos elegida (sólo el 4% , tres de los encuestados), un 7% (seis encuestados) “más de 50 años”, un 16% (trece de los encuestados), y además hubo siete personas que escogieron su propia respuesta (un 9%), ampliando así la evidente variedad de edades involucradas en el asunto³.

En el fondo no resulta muy llamativo que haya tan poco acuerdo a este respecto, máxime si tenemos en cuenta que ni siquiera los propios expertos han llegado establecer un consenso sobre cuándo da co-

mienzo y cuando finaliza la edad de los Seniors⁴. Y, por tanto, resulta lógico que entre la población en general y entre los profesionales de los medios en particular tampoco exista una idea clara en este sentido. Según varios autores que recogen un patrón ampliamente aceptado en la civilización occidental (Peña, Cañoto y Santalla de Banderali, 2006:76), la senectud o la vejez comienza con la adultez intermedia o edad madura (de 40 a 65 años) y termina con la adultez tardía, vejez o tercera edad (más de 65 años). Pero en algunos casos puede comenzar más tarde e, incluso, terminar antes (depende de la edad autopercebida). Por eso es tan complicado ponerle límites. Todo depende de la persona que atraviesa por este período de la vida. Y también por eso no resulta para nada escandaloso que los profesionales que trabajan en planificaciones de medios dirigidas a públicos Seniors no conozcan con exactitud los límites de esta edad. Es algo normal y no tiene que ver con su falta de formación o conocimientos al respecto.

Abordado ya este asunto de los límites de edad de los Seniors, pasamos al análisis de los resultados obtenidos en la primera tabla de afirmaciones que conforman la imagen que, de los Seniors, tienen los planificadores de medios.

Valoraremos por pares, el grado de consenso o unanimidad de las afirmaciones y también las que presentan posiciones más dispares. Comencemos con la primera.

TABLA I. CÓMO SON LOS SENIORS

	+ de acuerdo	- de acuerdo	NS/NC	Total
Los Seniors son bastante similares entre ellos prácticamente en todos los aspectos.	21% (16)	74% (57)	5%(4)	77
Los Seniors son un grupo especialmente heterogéneo y diverso formado por personas que atraviesan momentos vitales muy distintos.	66%(50)	30%(23)	4%(3)	76

FUENTE: elaboración propia

En general, los planificadores están bastante de acuerdo en que "los Seniors son un grupo especialmente heterogéneo y diverso formado por personas que atraviesan momentos vitales muy distintos" (66% de acuerdo, cincuenta respuestas). De la misma forma no están de acuerdo con que los Seniors son bastante similares (74%, cincuenta y siete respuestas) lo cual da coherencia a la respuesta y confirma lo postulado en esta investigación.

Por el contrario, otros dieciséis (el 21 %) entienden que "los Seniors son bastante similares entre ellos prácticamente en todos los aspectos". Y hay cuatro y tres personas que aseguran que NS/NC a ambas afirmaciones contrapuestas.

Sea como fuere, parece que la idea de la heterogeneidad y diversidad de este público ha calado bastante hondo entre las personas que se dedican a planificar para ellos. Sin embargo, llama la atención que, tal y como ya se ha señalado, en la primera pregunta del cuestionario la gran mayoría afirmase que normalmente planifica tomándolos como parte de otro grupo más amplio o como un todo global y homogéneo. Y no creando grupos más pequeños dentro del gran segmento Sénior. Por tanto, se podría deducir que tienen bastante clara la teoría, pero que no quieren o probablemente no pueden aplicar en la práctica aquello que saben. En este sentido parece importante llamar la atención sobre el hecho de que, en realidad, el planificador de medios no siempre hace aquello que cree más acertado y conveniente. De hecho, en muchos casos se ve maniatado por los deseos del anunciante, que impone su criterio. Y eso puede condicionar ampliamente muchas de sus decisiones o hacerlas más conservadoras de lo que él mismo (el *media planner*) desearía.

La segunda cuestión en la que los encuestados muestran gran unanimidad, del mismo modo acertada, es la siguiente (tabla II). Y es que prácticamente todos no están de acuerdo (96%, setenta y cuatro encuestados) con que "la mayoría de los Seniors están enfermos y dependen de otras personas".

TABLA II. LOS SENIORS EN RELACIÓN CON LAS ENFERMEDADES

	+ de acuerdo	- de acuerdo	NS/NC	Total
La mayoría de los Seniors están enfermos y dependen de otras personas.	1% (1)	96% (74)	3%(2)	77
La mayoría de los Seniors viven su jubilación de forma independiente y no necesita ayuda para sus actividades diarias.	37%(28)	53%(40)	11%(8)	76

FUENTE: elaboración propia

Sin embargo en la afirmación siguiente, “la mayoría de los Seniors viven su jubilación de forma independiente y no necesita ayuda para sus actividades diarias” en contraposición a la anterior afirmación, existe división de opiniones. El 53% (cuarenta encuestados) está menos de acuerdo y sólo el 37% (veintiocho encuestados) está más de acuerdo con esta afirmación. Esto significa, que los profesionales no tienen tan claro que los Seniors sean independientes, a pesar de que anteriormente habían sido tajantes al respecto. Prueba de ello es que además hubo un 11% (ocho encuestados) que contestaron NS/NC.

En relación con sus espacios de referencia (tabla III), los profesionales están fundamentalmente de acuerdo en que los Seniors se vuelcan con la familia (94%, setenta y dos encuestados) y consideran que probablemente comparten también sus relaciones con otros Seniors. El 47% (treinta y siete encuestados) están más de acuerdo con que “los Seniors se relacionan fundamentalmente con otros Seniors” y el 46% (treinta y cinco encuestados) menos de acuerdo. Esto confirma que al contestar esta afirmación están pensando que, evidentemente, también sus familias forman parte de sus relaciones (inclusive más importante desde su punto de vista) para ellos⁵.

TABLA III. INTERESES DE LOS SENIORS

	+ de acuerdo	- de acuerdo	NS/NC	Total
Los Seniors se relacionan fundamentalmente con otros Seniors.	10% (8)	84% (65)	5%(4)	77
Los Seniors se vuelcan con la familia y, en la actualidad, constituyen un apoyo fundamental en la vida de los hijos.	60% (46)	32% (25)	8% (6)	77

FUENTE: elaboración propia

En relación a su salud (tabla IV), están menos de acuerdo con que “la salud se pierde después de los 65 años” (un 84%, sesenta y cinco encuestados), y en menor medida, un 60% (cuarenta y seis encuestados), consideran que “en la mayoría de los casos, el estado de salud no se deteriora bruscamente en un momento determinado de la vida”. Esto indica cierta contradicción con la respuesta anterior, es decir, un 20% aproximadamente, comparte ambas opiniones y relativiza su respuesta.

TABLA IV. LA SALUD Y LOS SENIORS

	+ de acuerdo	- de acuerdo	NS/NC	Total
La salud se pierde después de los 65 años.	10% (8)	84% (65)	5%(4)	77
En la mayoría de los casos, el estado de salud no se deteriora bruscamente en un momento determinado de la vida.	60% (46)	32% (25)	8% (6)	77

FUENTE: elaboración propia

Existe cierta unanimidad entre los planificadores a la hora de valorar, acertadamente según hemos visto, que “las habilidades intelectuales pueden mermar con el tiempo, pero no tienen por qué ser un problema severo ni, normalmente, ocasionan dificultades en el día a día, y muchas veces ni siquiera llegan” (tabla V). El 82% (sesenta y tres encuestados) están más de acuerdo con esto y, lógicamente, aunque de manera menos rotunda (el 64%, cua-

renta y nueve encuestados) está menos de acuerdo con que “la mayoría de las personas mayores tienen algún grado de deterioro cognitivo”. Esto indica la opinión atinada de la mayoría del colectivo de planificadores encuestados, a pesar de que un 18% sigue relativizando su respuesta y no lo tiene tan claro (vuelve a haber un 14% (once encuestados) que no saben o no contestan.

TABLA V. LOS SENIORS Y EL DETERIORO COGNITIVO

	+ de acuerdo	- de acuerdo	NS/NC	Total
La mayoría de las personas mayores tienen algún grado de deterioro cognitivo.	22% (17)	64% (49)	14%(11)	77
Las habilidades intelectuales pueden mermar con el tiempo, pero no tienen por qué ser un problema severo ni, normalmente, ocasionan dificultades en el día a día. Y, muchas veces, ni siquiera llegan.	82% (63)	13% (10)	5% (4)	77

FUENTE: elaboración propia

En lo psicológico (tabla VI), la mayoría (90%, sesenta y nueve encuestados) tiene claro que los Seniors no se sienten tristes y deprimidos, y no están tan seguros en cuanto a que “tienen menores porcentajes de depresión que otros grupos de edad y se sienten vivos y activos” (el 39%, treinta encuestados, está menos de acuerdo con esto). En este caso, y según lo visto, los profesionales no coinciden con la realidad estudiada y podemos decir, que no están totalmente acertados en la segunda valoración.

TABLA VI. LOS SENIORS EN LO PSICOLÓGICO

	+ de acuerdo	- de acuerdo	NS/NC	Total
Los Seniors se sienten tristes y deprimidos.	5% (4)	90% (69)	5%(4)	77
Tienen menores porcentajes de depresión que otros grupos de edad. Se sienten vivos y activos.	29% (22)	39% (30)	32% (24)	76

FUENTE: elaboración propia

En cuanto a su personalidad (tabla VII), tienen una opinión ciertamente dividida, un 60% (cuarenta y seis encuestados) está más de acuerdo con que “la personalidad se mantiene relativamente consistente a lo largo del ciclo vital” y, de forma coherente (por la complementariedad con la otra afirmación) y razonable, un 38% (veintinueve encuestados) están más de acuerdo con que “las personas mayores se vuelven difíciles de tratar”.

TABLA VII. LA PERSONALIDAD DE LOS SENIORS

	+ de acuerdo	- de acuerdo	NS/NC	Total
Las personas mayores se vuelven difíciles de tratar.	38% (29)	51% (39)	12%(9)	77
La personalidad se mantiene relativamente consistente a lo largo del ciclo vital.	60% (46)	27% (21)	13% (10)	77

FUENTE: elaboración propia

Por último, en esta lista de afirmaciones, aparecen dos relacionadas con la forma de afrontar la vida de los Seniors (tabla VIII). La respuesta de los profesionales se inclina algo más (un 61%, cuarenta y siete encuestados) a pensar que los mayores, no afrontan mal los declives que le esperan con el envejecimiento. No obstante, cuando se les pregunta directamente por si “la mayoría se ajusta

con éxito a los desafíos vitales” están más de acuerdo un 42% (treinta y dos encuestados), lo que indica que hay casi un 20% que se mantiene en una postura tibia en la que consideran que los Seniors obtienen sólo un aprobado cuando afrontan sus desafíos vitales, e incluso otros, ni siquiera no saben o no tienen claro este particular (un 25%, diecinueve encuestados, responde NS/NC).

TABLA VIII. CÓMO AFRONTAN LA VIDA LOS SENIORS

	+ de acuerdo	- de acuerdo	NS/NC	Total
Las personas mayores se vuelven difíciles de tratar.	38% (29)	51% (39)	12%(9)	77
La personalidad se mantiene relativamente consistente a lo largo del ciclo vital.	60% (46)	27% (21)	13% (10)	77

FUENTE: elaboración propia

4. Conclusiones

Tras estudiar en profundidad a los Seniors, en su condición de personas, y analizar a fondo la perspectiva que tienen los profesionales de la planificación de medios sobre este público objetivo, a continuación se presentan las principales conclusiones obtenidas:

Primera. No se observa unanimidad entre los estudiosos del tema tanto acerca de los términos con los que se denomina a las personas de más edad, como en lo referente a la frontera a partir de la cual se considera que una persona ha pasado de ser madura, o de mediana edad, a mayor. Constatamos que para denominarlos en el ámbito profesional del marketing y de la comunicación se emplea el término Sénior, fijando como referencia el límite de edad a partir de los cuarenta y cinco/cincuenta años, y utilizando cada vez menos, o no utilizando, otros términos como anciano o viejo (manifiestamente negativos) y tercera edad, debido a la redefinición de los parámetros con los que se configuraba antaño a

las personas mayores. Más que estudiar el concepto de vejez, que alude a un estado definitivo e irreversible, las corrientes más actuales de investigación apuestan por estudiarlo de forma paulatina, como proceso de transición que conlleva cambios y adaptación. Son las experiencias por las que ha pasado y la situación en la que se encuentra, y no la edad, las que permiten alcanzar un conocimiento útil sobre la realidad de estas personas.

Segunda. El proceso de envejecimiento posee ciertas características generales pero varía según la persona que lo experimente y el momento en que se encuentre. Como consecuencia, se entiende que más que de Seniors en general, resulta más correcto hablar de cómo cada mayor de cuarenta y cinco/cincuenta años o Sénior, lleva a cabo la transición de la vida adulta a la vejez. Para ello ha de hacer frente a toda una serie de cambios biológicos, sociales y psicológicos. La dimensión psicológica se erige como mediadora entre las anteriores (biológica y social), dando paso a la explicación del envejecimiento como proceso de adaptación emocional a dichos cambios. Por lo tanto, tan importante o más que los cambios producidos, es la percepción, desde lo emocional, que cada individuo tiene de su momento existencial. El envejecimiento es, por tanto, un fenómeno real, que se identifica con una serie de rasgos comunes, pero está determinado por la manera que es experimentado por cada persona. De ahí su diversidad y complejidad.

Tercera. Para conocer a los Seniors en su dimensión más personal se vuelve imprescindible estudiarlos desde la visión más subjetiva. Resulta primordial cuestionarles sobre su situación, cómo se definen, problemas, vivencias, valores, respuestas, ansiedades, motivaciones y demandas globales. Se trata de conocer su “verdad” más oculta en su forma de pensar, sentir y actuar. En definitiva descubrir sus *insights* o resortes emocionales internos que movilizan sus actitudes y comportamientos como personas y también como consumidores. Los Seniors actualmente son una generación vital y saludable y define su estado vital como “un buen momento

en general” y “disfrutan de la tranquilidad y el descanso”. La salud, las relaciones de pareja y la familia son, efectivamente, los tres aspectos que más valoran para ser felices; mientras que sus tres preocupaciones son el trabajo, la situación económica y la familia.

Cuarta. El principal resultado de esta investigación confirma que las posturas y opiniones de los planificadores de medios españoles, no acaban de coincidir del todo con las de los expertos en la realidad puramente personal de los Seniors (psicólogos, sociólogos, terapeutas,...). Por tanto, la imagen que tienen de ellos como personas no termina de corresponderse del todo con la realidad, con el desajuste comunicativo que eso conlleva en la elaboración de las estrategias de medios dirigidas a este público objetivo. En definitiva, son conscientes de la trascendencia de este target y de su particularidad, pero adolecen del conocimiento y herramientas necesarias para su correcta segmentación. Y esto, en ocasiones, les impide defender frente al anunciante, argumentos más avanzados relativos a la percepción e imagen de esta singular población.

Notas

1. AA.VV. (2013): *Midlifers. La generación digital experta*. Madrid, Nethodology / Maxus.
2. A su Director General, D. Leo Farache.
3. Tres encuestados propusieron “más de 75 años”, dos “más de 80 años”, uno “más de 85 años, e incluso un profesional aclaró que “Entiendo que se refiere cuando son Sénior y para mí 55”.
4. Podíamos haber empleado en el cuestionario los términos “vejez” o “senectud” pero no queríamos condicionar las respuestas. Se utiliza el término Sénior porque está vigente en el sector del marketing y la comunicación y, probablemente, no comporte una relación estrictamente cerrada con una determinada edad.
5. Recordemos que los encuestados son relativamente jóvenes (promedio algo superior a los treinta años, 33,98) y esa concepción personal les acerca a una concepción más familiar de las referencias de los Seniors, habida cuenta de su propia experiencia personal.

Bibliografía

- AA.VV. (2013). *Midlifers. La generación digital experta*. Madrid: Ne-thodology / Maxus.
- FURLONG, Mary (2007). *Turning silver into gold*. New Jersey (USA): Press Financial Times.
- HUDSON, Simon (2010). “Wooring zoomers: marketing to the mature traveler”. *Marketing Intelligence and Planing*, 444461.
- GRANDE ESTEBAN, Ildefonso & ABASCAL, Elena (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial* (10ª ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- KOHLBACHER, Florian & HERSTATT, Cornelius (2008). *The silver market phenomenon*. Berlin: Springer.
- MANCEBO ARACIL, José F. (2014). *Publicidad, mayores y medios de comunicación: una revisión teórica*. *Historia y Comunicación Social*, vol. 19, número especial, 573-588.
- PEÑA, G.; CAÑOTO, Y.; SANTALLA DE BANDERALI, Z. (2006). *Una Introducción a la Psicología*. Caracas: Publicaciones UCAB.
- RAMOS SOLER, Irene (2007). *El estilo de vida de los mayores y la publicidad*. Barcelona: Fundación “La Caixa”.
- RAMOS SOLER, Irene; MANCEBO ARACIL, José F. (2013). *La investigación sobre personas mayores y publicidad: un análisis metodológico (1976-2012)*. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 19, número especial abril, 945-952. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- SUDBURY, Linn & SIMCOCK, Peter (2009): “Understanding older consumers through cognitive age and the list of values: A U.K.based perspective”, en *Psychology and Marketing*, vol.26, 1, 22–38.
- THORNHILL, Matt & MARTIN, Jonh (2007). *Boomer Consumer*. Virginia (USA), Great Falls: A Linx Book.
- WESTERHOF, Gerben J.& HARINK, Karolien& VAN SELM, Martine & STRICK, Madelijn & VAN BAAREN, Rick (2010). “Filling a missing link: the influence of portrayals of older characters in television commercials on the memory performance of older adults”. *Ageing and Society* (30), 897912.

Biografía

José Berenguel Fernández
jose.berenguel@uca.es
Universidad de Cádiz

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla, Máster en Dirección Comercial y Marketing (Escuela de Negocios de Andalucía, ESNA) y Doctor en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Cádiz). Ha sido Director de Publicidad en ABC de Córdoba y posteriormente en ABC de Sevilla tomando, en esta última etapa, la responsabilidad directa de gestionar la relación con las principales agencias de medios españolas. Posteriormente alterna su labor profesional con colaboraciones docentes en Másteres y estudios universitarios en Comunicación, labor que sigue desempeñando actualmente (Universidad de Sevilla, EUSA, Cámara de Comercio de Sevilla, Universidad de Cádiz,..). En sus inicios fue profesor en la Universidad de Sevilla y desde 2005 hasta la actualidad, asume definitivamente sus funciones como docente e investigador de la Universidad de Cádiz, en el departamento de Marketing y Comunicación, impartiendo entre otras, las asignaturas Planificación de Medios y Soportes, Métodos y Técnicas de Investigación de Medios y Audiencias, y Marketing y Gestión de Cuentas Publicitarias. Miembro del grupo de investigación MAE-CEI (Métodos, Análisis y Estrategias de la Comunicación Empresarial e Institucional), es autor de numerosos artículos científicos y divulgativos sobre comunicación, entre otros “La planificación de medios” (Aproximación a la estructura de la publicidad, Comunicación Social), “Los goles del marketing” (Imagen, comunicación y deporte, Visión Libros), “El valor de la comunicación publicitaria en las entidades bancarias” (Questiones Publicitarias), “La publicidad no muere, se reinventa” (AE-IC) o “Posibilidades de la web 2.0 en los procesos de enseñanza-aprendizaje en el aula” (Icono 14).

Publicidad y financiación en los medios comunitarios: estudio de caso de Onda Color (Málaga)¹

GONZALO CEBALLOS CASTRO

Universidad de Cádiz

Las emisoras comunitarias son una experiencia ciudadana que se ha desarrollado en todas las regiones del mundo. Estos medios abren la posibilidad a la ciudadanía de participar del debate político y social. Son una herramienta eficaz para reforzar la diversidad cultural y lingüística, la identidad local y la inclusión social. Su existencia y protección es un indicador de un marco legislativo propicio que se fundamenta en los principios de pluralismo, diversidad y participación, características esenciales para la construcción y el desarrollo de una sociedad democrática y plural (Parlamento Europeo, 2008; UNESCO, 2015, 2016; AMARC, 2008, 2010). Refuerzan el derecho a la comunicación, como un derecho no solo a recibir mensajes sino a convertirse en emisor y ser escuchado, y democratizan las comunicaciones (Beltrán, 2014; Chaparro, 2002, 2015; El Mohammadiane & Muñoz, 2014), asegurando la participación democrática en su funcionamiento, y ayudando al empoderamiento de la sociedad civil al ofrecer la posibilidad de construir y defender sus propias visiones e intereses.

Sin embargo, para que el sector de la radiodifusión comunitaria sea sostenible “resulta crucial la existencia de una infraestructura legislativa y política de apoyo” (Lewis, 2014). En este sentido, diferentes organismos internacionales (Parlamento Europeo, ONU, UNESCO, AMARC) apuestan y recomiendan a los poderes legislativos de cada región que desarrollen un marco legal que proteja y recoja estas iniciativas ciudadanas.

El Tercer Sector de la Comunicación: la importancia de la legislación

En Septiembre de 2015 se celebró en la UNESCO una conferencia internacional sobre medios de comunicación comunitarios en su sede de París². Uno de los objetivos fue alcanzar algunos acuerdos sobre una serie de recomendaciones para apoyar el desarrollo del Tercer Sector de la Comunicación (TSC) a nivel mundial. Finalmente se acordaron 37 recomendaciones dirigidas a cuatro grupos de interesados³. Se recoge en la siguiente tabla (Tabla I) las dos primeras recomendaciones establecidas para los gobiernos y órganos reguladores, porque enmarcan el reconocimiento legal básico para establecer y proteger al Tercer Sector de la Comunicación.

TABLA I. RECOMENDACIONES A LOS GOBIERNOS Y REGULADORES PARA APOYAR EL DESARROLLO DEL TERCER SECTOR DE LA COMUNICACIÓN A NIVEL MUNDIAL

1. Establecer un marco jurídico y normativo propicio para la radiodifusión comunitaria fundada en un enfoque basado en los derechos, reconocido dentro de las políticas de medios y comunicación en general, y consciente de las necesidades específicas del sector. Este marco debería:
i. Reconocer y definir legalmente la radiodifusión comunitaria de forma que se distinga claramente de la radiodifusión de servicio público y comercial, en base a su naturaleza no lucrativa, sus fuertes vínculos con la comunidad y su capacidad para proporcionar servicio a ésta, y manteniendo a la vez el respeto y la promoción de su autonomía e independencia editorial
ii. Reservar una parte equitativa del espectro de frecuencias y asegurar que la radiodifusión comunitaria se beneficia de unos procedimientos de concesión de licencias y asignación de frecuencias justos, transparentes y equitativos
iii. Asegurarse de que la concesión de licencias se realice por un organismo regulador independiente que cuente con la experiencia, el conocimiento y el mandato de apoyar y promover la radiodifusión comunitaria
iv. Asegurarse de que los servicios comunitarios de difusión de radio y televisión tienen la debida importancia en las plataformas digitales
v. Ofrecer una tarifa tasa o libre acceso a las licencias y frecuencias, incluyendo, en su caso, las frecuencias digitales terrestres
vi. Permitir que las radios comunitarias accedan a la financiación desde fuentes de financiaciones diversas, incluyendo la publicidad y el patrocinio, de una forma equitativa con otras emisoras
2. Crear un entorno propicio para la sostenibilidad y el desarrollo de la radiodifusión comunitaria. Esto debería:
i. Facilitar medidas de apoyo financiero (como subvenciones de comisiones de transmisión o tarifas especiales para organizaciones no lucrativas), respetando la independencia operativa y editorial de los medios de comunicación comunitarios
ii. Considerar la creación de fondos especiales y/o de una asignación adecuada de los fondos existentes, incluyendo, en su caso, los fondos de servicio universal y de <i>cross-media</i> mecanismos de financiación, administrados con la participación del sector de los medios comunitarios, independientemente del gobierno y de forma transparente, en consistencia con los principios de buen gobierno
iii. Adoptar medidas para apoyar el desarrollo de servicios de radiodifusión comunitarios en zonas subatendidas

FUENTE: UNESCO, 2015

Estas recomendaciones crean una estructura de mínimos necesaria para el desarrollo adecuado de estas experiencias ciudadanas, para que este Sector sea reconocido por ser una parte esencial dentro de un sistema de medios diverso, plural e independiente.

En este sentido, en los últimos años se están produciendo revisiones y cambios por parte de algunos Estados en sus legislaciones y en sus políticas de comunicación. Sin embargo, en países como España, las emisoras comunitarias tienen un reconocimiento legal muy limitado y se encuentran ante un futuro incierto. Esta falta de reconocimiento provoca problemas en cuanto a la sostenibilidad económica y viabilidad a medio y largo plazo de este tipo de proyectos, así como la imposibilidad de acceder a concursos de licencias específicos que eviten que estos medios tengan que competir con las empresas comerciales.

Descripción teórico-metodológica de la investigación

Nuestra investigación, desde el estudio de caso, aborda la problemática legal del Tercer Sector de la Comunicación en España. Partiendo de una visión panorámica del desarrollo normativo en cuatro regiones del mundo (África, Asia, Europa y América Latina), con el objetivo de mostrar las generalidades de los marcos regulatorios alcanzados en materia de sostenibilidad económica de las emisoras comunitarias, se muestra la situación de estos medios ciudadanos en España a través del estudio de caso de la emisora de radio comunitaria Onda Color de la ciudad de Málaga. En concreto, este estudio pone el foco en las vías para la financiación y sostenibilidad de estos medios sin ánimo de lucro.

Desde el punto de vista metodológico, el presente estudio consta de dos momentos. Por un lado, existe un trabajo de investigación enfocado a la financiación y sostenibilidad de los medios comunitarios en las cuatro regiones señaladas. Esta parte se fundamenta en la bibliografía de investigadores de medios comunitarios que han trabajado desde una perspectiva histórica, de estudio de caso y comparativa (Gumucio, 2001; Chaparro, 2002, 2008, 2012,

Marí, 2010, 2014; Meda, 2012, 2015; Meda & Muriana, 2014; Clua *et al.*, 2006; Reguero *et al.*, 2012; García García, 2013; Ceballos & Marí, 2017); en el análisis de las fuentes documentales primarias de la legislación referida a medios comunitarios en España (LGCA)⁴; y en informes y documentos de trabajo de organizaciones internacionales como la UNESCO (2016, 2015), y de organizaciones civiles de defensa de los medios comunitarios (AMARC, 2008, 2010; FeSP y ReMC, 2014).

La segunda parte del estudio se encuadra dentro del estudio de caso, en concreto, de la emisora comunitaria Onda Color de la ciudad de Málaga, a través de la observación participante no estructurada; la observación de campo; las entrevistas en profundidad semiestructuradas (por áreas temáticas de interés para la investigación) a miembros de la Directiva, y personas que realizan programas o trabajan en diferentes proyectos de la emisora; el análisis de documentos clave de la organización (Estatutos de la asociación, documentos de trabajo); y fuentes de acceso primarias consultadas como el Boletín Oficial del Estado, el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, el Boletín Oficial de la Provincia de Málaga o el Registro de Asociaciones del Ayuntamiento de Málaga.

Breve panorámica de los desarrollos legislativos sobre radio comunitaria

A continuación se muestra una breve descripción de los distintos marcos legislativos implementados en cuatro regiones del mundo (África, Asia, Europa y América Latina). En concreto, el estudio se centra en las diferentes políticas y desarrollos legislativos referidos a la financiación y sostenibilidad económica de los medios comunitarios y sin ánimo de lucro. Debido a que la presente investigación se centra en el estudio de caso de la emisora de radio comunitaria Onda Color, ubicada en la ciudad de Málaga, el estado español tiene un apartado diferenciado en el que se trata con mayor detalle la financiación de los medios ciudadanos y comunitarios en su legislación.

África

En África la radio es el medio de comunicación más importante, los aparatos receptores son relativamente baratos, por esta razón, la radio está muy presente en la vida de los ciudadanos. Sin embargo, los servicios de radiodifusión están controlados estatalmente desde las diferentes capitales, y los grandes centros urbanos son las principales fuentes de información. Las zonas periféricas de las ciudades y las zonas rurales quedan fuera de las áreas de interés informativo. Con la llegada del fin de los gobiernos autoritarios en esta región y en Asia, durante las dos últimas décadas del pasado siglo XX, empezaron a surgir nuevas experiencias de comunicación en estas regiones (Gumucio, 2001). A pesar de ello, la financiación para las emisoras comunitarias continúa siendo un desafío. Como muestra de ello, en esta región una elevada parte del apoyo externo para las emisoras comunitarias se recibe vía donaciones internacionales. Pero, a la vez, ciertas directrices nacionales ofrecen apoyo económico (AMARC, 2010, UNESCO, 2016).

En Benín, por ejemplo, se restringe la cantidad que puede ser recaudada por publicidad a un 20% del presupuesto. Pero por otro lado, la ley hace referencia a la posibilidad de que el organismo regulador apoye financieramente a estas emisoras. En Etiopía, no están sujetas a ninguna norma que de manera específica haga referencia a la recaudación de fondos. Los medios comunitarios quedan enmarcados en las leyes generales que se aplican a todas las emisoras. En relación a la sostenibilidad, la legislación general determina que la publicidad no habrá de exceder el 20% del tiempo diario de transmisión o la misma cantidad en cualquier programa individual (UNESCO, 2016).

En Sudáfrica, existe un sistema para facilitar el apoyo a los medios comunitarios, así como a otras formas de diversidad mediática a través de la Agencia para el Desarrollo y la Diversidad Mediática. Esta agencia otorga ayuda financiera directa a los medios comunitarios que proviene de impuestos a las empresas que contribuyen al fondo de la Agencia, como los medios privados, gráficos o de radiodifusión. Se establece que el 60% del fondo sea

para los proyectos de medios comunitarios. Otra forma de subsidio es la existencia de un sistema único de distribución de señales, a través de un proveedor centralizado. Este proveedor central ofrece los servicios de distribución más baratos a las emisoras comunitarias (UNESCO, 2016).

Asia

En Asia gran parte de la pobreza se concentra en áreas rurales donde el acceso a la información es muy limitado. Las emisoras comunitarias pueden contribuir a mejorar las condiciones de vida de las comunidades y fortalecer la cohesión social, permitiendo a la ciudadanía expresar sus necesidades. Sin embargo, los sistemas de radiodifusión en esta región han estado muy influidos por el control estatal y el centralismo de los antiguos colonizadores. Algunos gobiernos de la región no comenzaron a abrir sus mercados hasta los 70-80, permitiendo cierto afloramiento de iniciativas. En cuanto a la financiación de estos medios, esta región alberga fuertes contrastes. A pesar de ello, a medida que va disminuyendo la presión y el monopolio del Estado sobre los medios de comunicación van apareciendo interesantes ejemplos de radios comunitarias y alternativas (UNESCO, 2016; AMARC, 2010).

Asia Meridional

En Bangladesh la sostenibilidad financiera es un serio problema para las radios comunitarias. La Ley de 2008 solamente permite publicidad que esté relacionada con los servicios de desarrollo que queden dentro de la zona de cobertura de la emisora. Quedan permitidos los patrocinios como forma de financiación, siempre que los patrocinadores no influyan en el estilo ni en el contenido de la programación. La ley contempla la posibilidad de que el “gobierno cree un Fondo para el Desarrollo de la Radio Comunitaria para suplementar los propios recursos de las estaciones, pero esto aún no ha ocurrido” (UNESCO, 2016).

En India existen “controles estrictos sobre la capacidad de las radios comunitarias de recaudar fondos. Toda contribución de donantes extranjeros está sujeta a la aprobación de la Ley de

Regulación de Contribuciones Extranjeras” (UNESCO, 2016). Sin embargo, se permite el patrocinio de los programas, pero solo a través de los organismos gubernamentales y con fines informativos de interés público. En cuanto a la publicidad comercial, se limita a un máximo de cinco minutos por hora. Además, se aplican reglas especiales para aquellas radios comunitarias que desean emitir publicidad institucional. De este modo, los entes públicos tienen control y poder de influencia sobre la situación económica de estas emisoras y sobre su viabilidad. La ley también establece un fondo para financiar a las emisoras comunitarias, pero como en el caso de Bangladesh, este aún no se ha puesto en práctica (UNESCO, 2016; AMARC, 2010; Landaburu, 2017).

Asia Oriental

Las emisoras de radio en China están controladas desde el Estado. Al igual que todos los medios de comunicación, las radios están bajo el férreo control del Partido Comunista⁵. El presidente chino, Xi Jinping, según se desprende de las investigaciones de Reporteros Sin Fronteras (RSF), es uno de los principales censores del mundo de la libertad de expresión. Su gobierno desarrolla una política que busca el control hegemónico de la información⁶. China se sitúa en la zona negra de los últimos puestos de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa⁷.

En este país la censura previa es la regla. Respecto de la radio, esta censura se centra principalmente en interferir las señales de las emisoras extranjeras. La Radio Internacional de China es la radio que pertenece al gobierno, fue fundada en 1941. Emite en 9 idiomas las 24 horas. Sin embargo, organizaciones y grupos de activistas defensores de los derechos humanos, desde fuera de la región, se sirven de la radio para distribuir noticias a las comunidades oprimidas de China. Por ejemplo, Radio Free Asia (RFA) o TibetOnline.tv, bloqueados en China pero accesibles a través de servidores, transmiten en varias lenguas locales. La radio es una poderosa herramienta que en esta región no se encuentra al servicio del derecho de las personas a recibir –y emitir– información libre, crítica y desprovista de todo tipo de censura por parte del Estado.

Japón tiene una larga tradición radiofónica. Comenzó sus primeras transmisiones en la década de los 30. En 1950, se aprobó la Ley de Radiodifusión con el objetivo de promover el bienestar público garantizando un uso justo y eficiente de las ondas de radio. Debido a la dispersión del territorio, Japón tiene una larga experiencia en medios culturales y educativos. Desde 1959, posee un canal de televisión educativa, el NHK Educational TV. Se trata de un canal educativo y cultural, producido especialmente para la infancia. El Ministerio del Interior y Comunicaciones promueve la información educativa para que las nuevas tecnologías se puedan utilizar de manera positiva en el campo de la educación. La radiodifusión comunitaria está recogida en la ley, sin embargo, debido al incumplimiento de la regulación, Japón no contaba con iniciativas ciudadanas⁸. Hay que aclarar, en este punto, que el término Tercer Sector, tal y como se entiende internacionalmente, como grupos de la sociedad civil y otras organizaciones privadas sin fines de lucro, no fue utilizado en Japón hasta la década de los 70⁹.

En Europa occidental, las emisoras comunitarias nacieron a partir de la década de los 70 debido a la desregularización de los monopolios estatales. Estas iniciativas ciudadanas surgieron como emisoras ilegales que denunciaban la creación de los monopolios radiofónicos estatales y la falta de una legislación que reconociese a los medios comunitarios. Es el caso de los radios libres surgidas en Francia, las radios ciudadanas en España o las radios comunitarias en Dinamarca. En Japón, estas iniciativas empezaron a popularizarse a partir de los años 80. En esta década aparecieron experiencias comunitarias vinculadas a prácticas de desarrollo (educativas, culturales) en las áreas rurales. En 1991, desde el gobierno japonés, se propone una reforma de la ley de radiodifusión con el objetivo del desarrollo regional. Esta reforma obliga al cumplimiento de la ley en lo referente a estos medios. De este modo, desde 1992 se produce un reconocimiento e institucionalización de la radiodifusión comunitaria en Japón. En 2008, había aproximadamente 228 estaciones de FM comunitarias en todo Japón¹⁰. En la siguiente tabla (Tabla II) se recogen las 6 primeras.

Observando las fechas se puede deducir que estas iniciativas de impulso ciudadano estaban pendientes de su reconocimiento legal para poder actuar con libertad.

TABLA II: LISTA DE ESTACIONES COMUNITARIAS EN JAPÓN POR ORDEN DE APERTURA

Orden apertura	Estado/provincia	Municipio	Nombre de la emisora	Fecha licencia	Fecha apertura
1	Hokkaido	Hakodate-shi	Hakodate-yama Ropeway Co., Ltd.	Diciembre, 1992	Diciembre, 1992
2	Prefectura de Osaka	Moriguchi-shi	FM Co., Ltd	Julio, 1993	Julio, 1993
3	Aichi-ken	Toyohashi	FM Toyohashi Corporation	Noviembre, 1993	Noviembre, 1993
4	Prefectura de Kanagawa	Hayama cho	Zushi · Hayama Community Broadcasting Co., Ltd.	Diciembre, 1993	Diciembre, 1993
5	Hokkaido	Asahikawa	Red de la ciudad de Asahikawa, Ltd.	Diciembre, 1993	Diciembre, 1993
6	Prefectura de Kagawa	Sakaide	FM SUN Co., Ltd.	Marzo, 1994	Marzo, 1994

FUENTE: Ministerio del Interior y Comunicaciones. Gobierno de Japón

Respecto de la financiación de las emisoras comunitarias, muchos proyectos son cofinanciados por los gobiernos locales y el sector privado, en línea con lo apuntado respecto del concepto nipón de Tercer Sector. Sin embargo, existen otras iniciativas que

operan por Cable —a través de CATV (*Community Antenna Television*)— que se financian a través de organizaciones sin ánimo de lucro creadas exclusivamente para fines de interés público¹¹. Estas organizaciones específicas no pueden apoyar ni realizar actividades religiosas y políticas. Cuestiones que también se recogen en las recomendaciones y principios de organizaciones internacionales y asociaciones de radiodifusión, como la UNESCO o AMARC, respecto de la naturaleza y objetivos que deben seguir las emisoras ciudadanas y comunitarias.

Asia Sudoriental

En Indonesia se establece un marco regulatorio básico para los ingresos de las radios comunitarias. En su articulado se especifica que estas emisoras estarán financiadas por la comunidad. “No deben transmitir publicidad, excepto por los anuncios de servicios públicos, ni recibir la financiación para los primeros equipos de los donantes extranjeros, si bien esta norma, en la práctica, no se observa” (UNESCO, 2016). Como contrapunto, los medios comunitarios pueden recibir financiación a través de las donaciones, patrocinios y subsidios estatales (AMARC, 2010; UNESCO, 2016).

En Tailandia, las normas que regulan los ingresos por publicidad para las emisoras comunitarias están en constante cambio, incluso en contradicción. En 2004, se emitió una norma que permitía a estas emisoras transmitir hasta un máximo de seis minutos de publicidad por cada hora. En 2008, la Ley de Radiodifusión recogía la prohibición de recaudar cualquier tipo de ingresos provenientes de la publicidad para este tipo de emisoras. Más recientemente, la ley de 2010 apoya esta tendencia estableciendo que “los ingresos para las radios comunitarias se derivará de las donaciones, contribuciones a la estaciones u otras fuentes que no estén relacionadas con la publicidad ni con las operaciones comerciales de la radiodifusión” (UNESCO, 2016). Pero por otro lado, esta misma ley establece la creación de un Fondo para Radiodifusión, Investigaciones de Telecomunicaciones y Desarrollo de Interés Público, cuyos objetivos contemplan el apoyo econó-

mico a estas emisoras. Estos medios comunitarios se deben financiar, entre otros, a través de fondos otorgados por el gobierno. Este fondo se obtiene “a través de fondos iniciales brindados por el gobierno, ingresos obtenidos de las licitaciones para utilizar el espectro radioeléctrico, las tarifas de las licencias y las multas administrativas” (UNESCO, 2016). La ley establece una Comisión para la gestión de los fondos que decide sobre la asignación del mismo. El fondo se creó en 2011, pero todavía no se ha fijado ninguna fecha para decidir su asignación (UNESCO, 2016; AMARC, 2010).

Europa

Europa posee una de las estructuras legales de financiación directa más amplias para las emisoras de radio comunitarias. Estas ayudas incluyen fondos específicos para las emisoras comunitarias, como también el apoyo a través del sistema de financiación para la radiodifusión de servicio público. Sin embargo, los desarrollos legislativos en esta región se han dado de forma gradual y heterogénea. Mientras que en algunos países están emergiendo experiencias de radio comunitaria, en otros estas iniciativas ciudadanas se están viendo obstaculizadas y menoscabadas (UNESCO, 2016; Meda, 2015).

Dinamarca es uno de los países de la Unión Europea donde los medios comunitarios están más desarrollados y protegidos. Existen ayudas directas a todo el sector comunitario (radio y televisión) (Meda, 2015). Junto con Suecia, Francia y Holanda, han sido los únicos del espacio europeo donde los gobiernos “han tomado iniciativas para potenciar y asentar un modelo de radiodifusión alternativa de amplias perspectivas” (Chaparro, 2002). En 1983 comenzaron las emisiones de radio comunitaria. Estas reciben financiación con fondos públicos recaudados de los contribuyentes a través del pago por las licencias de cada hogar para cubrir el servicio público de radiodifusión. Esta modalidad se establece gracias a que en la legislación se define a estas emisoras como una extensión de la radio de servicio público (perteneciente al estado) a la que hay que considerar y proteger (UNESCO, 2016). No obs-

tante, en contra de las recomendaciones internacionales, la legislación recoge la prohibición de incluir publicidad comercial en su programación, aunque permite las donaciones y los patrocinios.

Francia posee el sistema más antiguo y amplio de financiación para radios comunitarias de todos los países del mundo. La legislación francesa establece una autoridad audiovisual, el Consejo Superior Audiovisual, como organismo responsable de la administración del espectro y de la utilidad de su explotación. Este organismo “impone estándares de calidad a los medios públicos y privados y no consideran la concesión de licencias si el medio no demuestra coherencia en su programación y autosuficiencia financiera” (Chaparro, 2002). La financiación está establecida a través de un Fondo de Apoyo a la Radiodifusión de Ámbito Local (FSER¹²). Hasta 2008, estas ayudas públicas estaban provistas por un subsidio que provenía del impuesto a los ingresos por publicidad de la radio comercial y de la televisión. A partir de 2009 se produjo un cambio y este fondo se financia de forma directa a través de las ayudas del gobierno. Para que una emisora comunitaria pueda optar a este tipo de ayuda debe estar gestionada por una organización sin ánimo de lucro y, además, no recibir más del 20% de su financiación de recursos económicos como la publicidad comercial y los patrocinios. Este fondo representa una importante fuente de financiación que ha permitido que el sector de la radio comunitaria se haya desarrollado con fuerza en esta región (Chaparro, 2008; UNESCO, 2016).

Suecia, junto con Dinamarca, Holanda y Francia, son los países europeos que “han fundamentado su sistema emisor sobre el reconocimiento de los medios de base y el derecho de la sociedad a organizarse y gestionar radios y televisiones de carácter local” (Chaparro, 2002). En Suecia las radios comunitarias comienzan sus emisiones en 1978. La legislación establece que las radios comunitarias no están obligadas a pagar por las licencias, como tampoco por el uso de la frecuencia. Además, todas las radios y televisiones comunitarias pueden obtener financiación a través de la publicidad comercial y el patrocinio. Sin embargo, no existe un sistema nacional público que se preocupe del sostenimiento económico de estos medios (Meda, 2015). Esta falta de políticas pú-

blicas de comunicación que velen por la supervivencia de estos medios hace que, en la práctica, su sostenibilidad dependa de los ingresos a través de las cuotas de socio y las donaciones directas, y del trabajo de los voluntarios. “Este sistema provoca que haya una fuerte conexión del Tercer Sector de la Comunicación sueco con la sociedad civil organizada que quieren usar los medios para promocionar sus causas” (Meda, 2015).

Aunque “el sector en este país europeo está principalmente sostenido por un modelo de abajo-arriba” (Meda, 2015), lo cual, en principio es lo ideal en una emisora para la práctica de la comunicación participativa, esta afirmación es lo poco que podemos sacar de positivo de una legislación que define y reconoce de una forma muy general a estos medios como “emisoras de radio local para asociaciones y comunidades religiosas registradas” (Capítulo 3 de la Ley; UNESCO, 2016), sin diferenciar al sector claramente del Primero y Segundo. La forma de definir a estos medios en la legislación es de una importancia fundamental a la hora de facilitar (o no) la viabilidad económica de los mismos. En este sentido, a pesar de reconocerlos —aún de forma general— y facilitar así su creación, no se elabora, además, una estrategia para su sostenibilidad económica a medio y largo plazo. Esta cuestión puede ser vista como una barrera económica para la viabilidad de estos proyectos, y una forma de poner un precio al ejercicio de un derecho ciudadano, ya que provoca que la sostenibilidad económica dependa de los ingresos a través de las cuotas de socio, las donaciones, el trabajo de los voluntarios, la publicidad y el patrocinio locales, poniendo de este modo trabas y un precio al derecho a la libertad de expresión, por lo demás, reconocido, y específicamente, al derecho de todo ciudadano a la comunicación, es decir, a poder emitir y no solo recibir pasivamente la información.

La sostenibilidad económica de las emisoras comunitarias en la legislación española

El surgimiento de los medios comunitarios en España ha sido tardío si lo comparamos con regiones como América Latina,

donde este tipo de experiencias aparecieron en la década de los cuarenta del pasado siglo XX, o con otros países de Europa, donde este tipo de proyectos surgieron en los sesenta. En el Estado español entre los años 1976 y 1979 nacieron La Voz del Pobre (Madrid), Ona Lliure (Barcelona), Osina Irratia, Radio Paraíso y Satorra Irratia (Euskadi) y Radio Maduixa (Granollers) (Meda, 2015).

España está muy lejos de otros países del marco europeo en cuanto al desarrollo de un marco legislativo y una regulación específica que reconozca y vele por los intereses de las radios comunitarias. En abril de 2010 el Estado español aprobó la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA). Organizaciones civiles preocupadas por la defensa de los derechos sociales (CONGDE¹³, CAONGD¹⁴) a través de diversos foros (como el Foro de Educación, Comunicación y Ciudadanía, y sus foros regionales de Andalucía), investigadores expertos en el Tercer Sector audiovisual (Chaparro, 2014, 2012; Meda, 2012, 2015; Meda & Muriana, 2014) y organizaciones internacionales como la UNESCO (2006) ponen de relieve que la LGCA española, como está recogida, limita el derecho de la sociedad civil a crear medios de comunicación comunitarios que utilicen el espacio radioeléctrico. Esta ley va en contra de las legislaciones europeas y latinoamericanas, y contra las resoluciones internacionales de organismos como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) o la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), a pesar de que España pertenece a estas organizaciones y debe reconocer sus resoluciones y recomendaciones (Meda, 2015).

La LGCA reconoce por primera vez la existencia de emisoras privadas sin ánimo de lucro y posibilita que se pueda legalizar su situación. Se trata de un gran salto hacia adelante, después de treinta años de democracia. Sin embargo, tras siete años de su promulgación, estas emisoras mantienen su actividad en una continua situación de alegaldad, porque desde el Gobierno no se ha llegado a desarrollar este sector mediante un reglamento específico que desarrolle la ley, ni se ha desarrollado un plan técnico que les reserve la frecuencia. “Aunque los medios del Tercer Sector están re-

conocidos en España por la LGCA de 2010, en la práctica no hay frecuencias planificadas ni concedidas, formando parte del exótico, inusual e indiferente ejercicio de tolerancia democrática de nuestros gobiernos” (Chaparro, 2014).

La legislación española exige que las emisoras sin ánimo de lucro elaboren un registro de las fuentes de financiación, así como de todos sus gastos. La ley también impone un límite de gastos anuales por explotación para estos medios comunitarios de 100.000 euros para la televisión y de 50.000 euros para la radio. “Este tope económico, que ningún otro tipo de asociación sin ánimo de lucro sufre, influye directamente en la capacidad de inversión de las asociaciones [...]. Para la mayoría de estas plataformas, cuyos ingresos provienen de las cuotas de los socios, patrocinios o fondos recaudados a través de fiestas y conciertos, el tope económico sólo busca limitar su crecimiento y profesionalización” (Calvo, 2011).

La legislación prohíbe la emisión de publicidad en medios comunitarios, incluso el patrocinio. Las ayudas a la financiación y las reducciones o exenciones de tasas tampoco se contemplan. La reserva del espacio radioeléctrico no aparece de forma explícita. Aunque el articulado recoge que el Estado debe garantizar la disponibilidad del espacio radioeléctrico para este tipo de iniciativas, esto no implica una reserva del espacio radioeléctrico, como existe en otras legislaciones internacionales y recomendaciones; por ejemplo, en países latinoamericanos, donde se les reserva un tercio del espectro (33%). Esto viene causado porque los medios comunitarios se engloban dentro de la definición de medios privados, pero sin ánimo de lucro, sin que se les reconozca como entidad separada, como un Sector diferenciado del Primer y Segundo Sector (los medios públicos y comerciales respectivamente). Así, la garantía de la disponibilidad del espectro para estos medios ciudadanos queda englobada dentro de los privados y a criterio del ente regulador. No obstante, la ley sí recoge medidas de financiación generales mediante un fondo público destinado a financiar estas emisoras, a través de un impuesto cobrado a las emisoras privadas comerciales aplicado a la tasa por el uso del espectro. Sin embargo, a falta de un desarrollo reglamentario de la ley, este fondo está en el aire.

Latinoamérica

La radio comunitaria en Latinoamérica está viviendo un proceso de innovación de políticas comunicativas. La llegada al poder de la “nueva izquierda” ha traído consigo la promoción de proyectos legislativos dirigidos a regular los monopolios informativos, reordenar el espectro radioeléctrico reservando parte del mismo a los medios ciudadanos y potenciar los medios públicos. Una estrategia que busca el equilibrio y la democratización de los medios de comunicación para garantizar la pluralidad y la estabilidad democrática (Chaparro & Escorcía, 2014). Si bien la región es considerada la cuna de la radio comunitaria, el reconocimiento legal es relativamente nuevo en muchos países. Históricamente, esta región se ha caracterizado por un alto grado de concentración de propiedades mediáticas en manos de las oligarquías locales con vínculos con élites políticas e intereses comerciales, y se ha caracterizado también por zonas rurales a las que se les ha negado su derecho de acceso a los medios, su derecho a la comunicación (Gumucio, 2001).

En 2013 Ecuador aprobó su nueva Ley Orgánica de Comunicación. Esta ha sido concretada en 2014 mediante un reglamento en cuestiones sobre publicidad, entre otras. Esta ley de Comunicación ha sido impulsada gracias a las conquistas y compromisos de la nueva Constitución aprobada en referéndum en 2008 y el Foro Ecuatoriano de Comunicación, en el que se integran organizaciones de la sociedad civil, universidades, periodistas y medios de comunicación (Chaparro & Escorcía, 2014; Meda, 2015). Dentro de los avances a destacar de dicha ley están explícitamente recogidos los siguientes: Reconocimiento expreso de los tres actores principales de la explotación del espacio radioeléctrico (el Estado, la sociedad civil y los medios privados comerciales); Reconocimiento expreso de la garantía de reserva del 33% del espectro radioeléctrico para cada sector; Creación de mecanismos de contratación preferente para los medios comunitarios en cuanto a los servicios de publicidad estatal y contenidos educativos y culturales; Reconocimiento expreso de una diversidad de fuentes de financiación como las donaciones, la venta de servicios y pro-

ductos comunicacionales, la venta de publicidad, los fondos de cooperación nacional e internacional, así como cualquier otra forma lícita de obtener ingresos (Chaparro & Escorcía, 2014, UNESCO, 2016).

El caso de Argentina es especialmente relevante porque ha marcado un importante precedente para el contexto regional ya que incorpora muchos estándares internacionales en materia de libertad de expresión y radiodifusión. La aprobación en 2009 de la Ley 26.522 de Servicios de la Comunicación Audiovisual ha significado un cambio radical en el sistema público y privado de los medios audiovisuales. Esta ley abre y garantiza la participación de instituciones públicas, organizaciones sociales y la ciudadanía en su conjunto como productores activos de la comunicación social. Ha sido la consecuencia de un largo proceso participado de cinco años en el que toda la sociedad tuvo la oportunidad de dar su opinión (Meda, 2015, Chaparro, 2012; Chaparro & Escorcía, 2014).

La ley argentina recoge los siguientes puntos clave: Reconocimiento expreso de los tres sectores (estatal, comercial, comunitario); Reconocimiento expreso de la garantía de reserva del 33% del espectro radioeléctrico para los medios comunitarios; Se permite el acceso a una diversidad de fuentes de financiación como la publicidad comercial y los recursos estatales, este último recurso limitado al 30%; Desarrollo de procedimientos simplificados para acceder a licencias por parte de los pueblos originarios; Concursos diferenciados para otorgar las licencias al sector sin ánimo de lucro (AMARC, 2010; Chaparro & Escorcía, 2014). Entre las asignaturas pendientes para una aplicación plena de la ley habría que señalar la demora en aprobar el Plan Técnico, y la agilidad para las concesiones a las organizaciones de la sociedad civil en funcionamiento desde hace muchos años. Además, tampoco se ha desarrollado un plan de financiación y apoyo a las emisoras del Tercer Sector (Chaparro & Escorcía, 2014).

En Uruguay, en 2010 se inició un proceso de discusión para una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que se

aprobó finalmente en 2013. Hasta entonces la radiodifusión se seguía rigiendo por leyes conservadoras aprobadas durante el periodo de la dictadura (1973-1985). La elaboración de esta nueva legislación ha contado con una importante participación de distintos actores, y en particular, la sociedad civil. Ha sido “un proceso muy consultado y muy participativo” (Gómez, en Chaparro & Escorcía, 2014). Respecto de las regulaciones para el reconocimiento del sector comunitario, Uruguay desarrolló el reglamento de la Ley de Servicios de Radiodifusión Comunitaria, aprobada en 2007, que constituye un reglamento específico para este tipo de proyectos audiovisuales y fue una de las normativas más avanzadas a nivel mundial.

La ley de 2007 recoge los siguientes puntos fundamentales: Se reconoce expresamente los tres sectores, así como la garantía de reserva del 33% del espectro radioeléctrico para los medios comunitarios; En ningún caso se entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida; Se llevarán a cabo procedimientos transparentes y no discrecionales en el otorgamiento de frecuencias y en la renovación de los permisos; Se permite el acceso a una diversidad de fuentes de financiación entre otras, donaciones, subsidios, auspicios y publicidad. Pero se establecen límites estrictos en la pauta publicitaria. Esta queda limitada a 10 minutos por hora en Montevideo y a 12 minutos por hora en el resto del país; Creación de un consejo asesor con participación ciudadana que controle el desempeño estatal y que brinde mayores garantías a todas las personas en los procedimientos de otorgamiento de frecuencias (AMARC, 2010).

Bolivia es uno de los países latinoamericanos y caribeños donde las reivindicaciones del Tercer Sector han tardado en eclosionar desde la llegada en 2005 al poder de un gobierno de la “nueva izquierda” como el Gobierno de Evo Morales. “La necesaria reforma y reordenación del espacio radioeléctrico llegó con retraso sobre sus promesas iniciales y los deseos del sector comunitario” (Chaparro & Escorcía, 2014). Hasta 2011 no se aprobó la Ley N° 164, General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y Comunicación.

Esta ley recoge los siguientes puntos clave: Reconocimiento expreso de la garantía de reserva del espectro radioeléctrico, diferenciando cuatro actores: Estado, sector comercial, social comunitario, y pueblos indígenas y comunidades interculturales afrobolivianas; Garantía de reserva del 33% para el Primer y el Segundo Sector, del 17% del espectro radioeléctrico para los medios comunitarios y del 17% para aquellos medios de los pueblos originarios (suman un total de 34%); La radiodifusión comunitaria queda exenta del pago de derechos por la asignación y uso de frecuencias; Se llevarán a cabo procedimientos simplificados para acceder a las licencias por parte de los medios comunitarios; No se contemplan en la ley restricciones en la financiación (UNESCO, 2016; Chaparro & Escorcía, 2014). La principal diferencia de la legislación boliviana con otras legislaciones regionales como la argentina o la ecuatoriana radica en la reserva de un porcentaje del espectro radioeléctrico —del 17%— que poseen las comunidades indígenas y las organizaciones campesinas al margen del resto de radios comunitarias.

La sostenibilidad económica del Tercer Sector de la comunicación en España: el caso de la emisora de radio Onda Color

Onda Color es una emisora comunitaria nacida en 2008¹⁵ en el barrio de Palma-Palmilla de la ciudad de Málaga. Se trata de un barrio de origen obrero y popular, de una gran diversidad étnica y religiosa debido a que históricamente ha acogido diferentes movimientos migratorios. Desde los años 90, este barrio padece problemas relacionados con la vivienda como el deterioro urbanístico, también posee elevados índices de absentismo y fracaso escolar, y altas tasas de desempleo. La situación en la que se encuentra Palma-Palmilla hace que sus ciudadanos tengan que luchar contra el estigma de la exclusión social y la marginación. Como consecuencia de la reivindicación de los vecinos y de las propuestas surgidas del plan de desarrollo comunitario desarrollado en el barrio¹⁶, surge la demanda ciudadana de crear una radio comunitaria como herra-

mienta comunicativa, con la idea de contribuir al empoderamiento del barrio, la mejora de las condiciones de vida y la cohesión social.

Las emisoras comunitarias en este país, como hemos visto al tratar la legislación española sobre radiodifusión, tienen que sortear muchas dificultades para encarar su supervivencia económica a largo plazo. En este sentido, una entrevistada comentaba que “al tratarse de una asociación sin ánimo de lucro solo pueden optar por subvenciones, que son pocas y escasas económicamente. Solo dan para pequeños proyectos. El resto de ingresos que tienen vienen de la prestación de servicios y de los programas” (Entrevistada 3. Mujer, 43 años). Otro entrevistado comenta que “un problema importante es el tema de la publicidad, que no está permitida para una radio comunitaria. Hoy día existe una ilegalidad sobre este tema, una falta de normativa, que impide un desarrollo normal y digno de las radios comunitarias” (Entrevistado 4. Hombre, 59 años).

Otro miembro de Onda Color comentaba que la emisora se sostiene económicamente a través de subvenciones, de la prestación de servicios, las cuotas de los socios y las donaciones. “El apartado de subvenciones puede ser un 70%; prestación de servicios un 20%, formación, consultoría, eventos de interés cultural y social; y el resto se reparte entre cuotas de socios y donaciones. Los servicios muchas veces son para el Ayuntamiento para temas sociales” (Entrevistado 1. Hombre, 37 años).

Respecto de la prestación de servicios, en este punto los entrevistados ponen de relieve un problema detectado. Frente a ciertos eventos sociales (semana de la participación y el voluntariado, día de la mujer, por ejemplo), desde el Ayuntamiento, se les pedía que lo cubriesen de forma voluntaria, aludiendo a la falta de presupuesto. Al principio aceptaban el trabajo sin remuneración, pero como apunta un entrevistado “hay que pensárselo antes, porque para hacer eso hay que contar solo con voluntarios. Entonces hay que pensarlo, porque luego son cosas que tienen su repercusión y hacerlo solo con voluntarios pues tiene sus riesgos. [...] Es verdad que a la radio siempre le viene bien la visibilidad pero esto no se mantiene solo con ser conocidos, hace falta dinero” (Entrevistado

1. Hombre, 37 años). Por esta razón para esos casos, a menos que sea algo que les interese o algo a lo que consideren que haya que prestarse, prefieren presentar un presupuesto al Ayuntamiento. Otro entrevistado apunta a la financiación a través de “las fiestas, como San Juan, en la que se pone una barra y el dinero que se recoge es para Onda Color”. De este modo se hace referencia a la precariedad que padece este tipo de medios, que hace que tengan que complementar su financiación a través de fiestas locales, la realización de conciertos, etc.

En lo referente a las subvenciones como medio de financiación, nos comenta un entrevistado que “estas son tanto locales como autonómicas, del Ayuntamiento y de la Junta de Andalucía”. Y añade que “se trata de subvenciones para realizar proyectos con mujeres, sobre inmigración, jóvenes, alfabetización mediática y promoción de la participación ciudadana” (Entrevistado 1. Hombre, 37 años).

En nuestra investigación hemos tenido acceso a través de la web del ayuntamiento¹⁷ a las resoluciones de las convocatorias de subvenciones del Ayuntamiento de Málaga. Hemos encontrado que desde 2012 hasta 2017¹⁸ Onda Color se ha presentado a la Convocatoria de Subvenciones en régimen de concurrencia competitiva a Entidades sin Ánimo de Lucro, del Área de Participación Ciudadana, Voluntariado e Inmigración. A estas subvenciones se accede en régimen de concurrencia competitiva, lo cual dificulta la asignación de la misma a este tipo de emisoras, que siguiendo los estándares internacionales deberían contar con la posibilidad de acceder a fondos diferenciados para este sector.

Onda Color ha recibido la concesión de la subvención en cinco de las seis ocasiones (excepto 2015) para la realización de “servicios de interés general para la colectividad, que complementen las competencias que la Administración Local tiene en el ámbito de las Áreas/Distritos”¹⁹. La cantidad subvencionada en cada convocatoria por ese concepto recibida por Onda Color es de 2.500 euros.

Sobre las subvenciones a nivel autonómico, hemos encontrado en el BOJA que en 2014, Onda Color recibió una subvención de la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales²⁰, en materia

de juventud, de 5.178 euros, para financiar el proyecto “Jóvenes con palabra”²¹. En junio de 2016 encontramos otra subvención, de 6.638,35 euros, “para la mejora de la alfabetización mediática para la promoción de la lectura de la prensa en Andalucía”¹⁰. En julio del mismo año vemos otra subvención, de 6.372,82 euros, con el objetivo de financiar el proyecto “Comunica y Participa”²³.

Como acabamos de ver, tal como apuntaba nuestro primer entrevistado, Onda Color obtiene gran parte de su financiación a través de subvenciones públicas. No menciona las ayudas europeas, debido quizá a que son ayudas que provienen de fondos europeos²⁴, pero gestionados en su concesión por la Junta de Andalucía, o bien por el Gobierno central. En este sentido, hemos encontrado en el BOE una ayuda concedida, de 6.600 euros, “para la realización de actividades financiadas por la Comisión Europea en el marco del programa de acción comunitario ‘La Juventud en acción’”²⁵. Se trata, como hemos apuntado, de un fondo europeo gestionado a través del Ministerio de Igualdad.

En este punto destacamos las propuestas de resolución y la exposición de motivos elaborados por la Comisión de Cultura y Educación del Parlamento Europeo en un informe de 2008 sobre los medios del Tercer Sector de la Comunicación referidos a la financiación de estos medios. En la propuesta 21 se “reconoce que el sector puede hacer uso de los instrumentos de financiación de la UE en la medida en que contribuyan a los objetivos de los medios del tercer sector de la comunicación, mediante la aplicación de unos programas como el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el Fondo Social Europeo” (Parlamento Europeo, 2008). Como contrapunto, en la propuesta anterior (20) se “reconoce que, por un lado, solamente una pequeña parte del sector dispone de los conocimientos y la experiencia necesarios para solicitar apoyo de la UE y beneficiarse del mismo, mientras que, por otro lado, los funcionarios responsables de la financiación no son conscientes del potencial de los medios del tercer sector de la comunicación (TSC)” (Parlamento Europeo, 2008).

Vemos cómo Onda Color hace uso de estas recomendaciones a la hora de solicitar ayudas para su sostenimiento. La falta de sen-

sibilidad del gobierno español frente a la protección e importancia democrática de estos medios hace que, para su supervivencia, deban buscar soluciones que vienen amparadas por las tendencias normativas europeas actuales a las que España no acaba de adherirse. Sin embargo, la financiación a la que puede aspirar a nivel nacional y europeo nos parece poco específica e insuficiente para la sostenibilidad a medio y largo plazo de estas emisoras ciudadanas. En concreto, en España, se hace necesario el desarrollo de la ley para aplicar las medidas recogidas para la sostenibilidad y el desarrollo de la radiodifusión comunitaria, como la creación de un fondo público destinado a financiar estas iniciativas.

Tendencias regionales en la financiación de las emisoras comunitarias

Tras este recorrido hemos podido ver cómo existen diferentes modelos regulatorios y políticas de comunicación para enmarcar a la radio comunitaria, pero, por lo general, las recomendaciones y estándares internacionales que apuestan por la protección, la viabilidad a largo plazo y el sostenimiento económico de estos medios ciudadanos, y respaldan la libertad de expresión, la diversidad lingüística y cultural, y la pluralidad informativa no se cumplen en su totalidad. A nivel global encontramos dos tendencias generales: por un lado, la representada por el bloque de los países europeos, con su diversidad y diferencias internas, y con sus diferentes ritmos, y por otro, encontramos las políticas comunicativas desarrolladas por las regiones latinoamericanas. África y Asia estarían aún forjando, no sin mucha dificultad y ayuda internacional, el camino que hace años emprendieran aquellas regiones.

En Latinoamérica los retos que debía contemplar la ley eran los de contribuir a resolver las graves deficiencias jurídicas, políticas y económicas de la legislación precedente. Deficiencias que han permitido históricamente una concentración de las frecuencias de radio y televisión. Hoy, hay ejemplos de las regulaciones referidas a la viabilidad de los medios comunitarios más abarcadoras y sostenibles económicamente. Dos de ellas son las legislaciones de

Ecuador y Argentina, donde se reconoce una diversidad de fuentes de financiación, que van desde la publicidad y el patrocinio, hasta la publicidad institucional y los subsidios a través de fondos públicos. Aunque, como hemos visto, los marcos legislativos no siempre cuentan con el suficiente apoyo y empuje político como para poner en práctica lo recogido en la ley. Como contrapartida, se observa que la costumbre europea de destinar ciertos fondos económicos a la financiación de estas experiencias ciudadanas es una práctica muy reciente en la región, que no viene siempre recogida en los marcos legislativos. Esta práctica reciente está derivada en gran parte de las actuales reformas legislativas emprendidas en estos países y del establecimiento de políticas públicas de comunicación dirigidas a regular el sector.

En el otro lado tenemos a Europa. El desarrollo legislativo en esta región ha sido heterogéneo y desigual. Encontramos legislaciones con unas estructuras de financiación directa que protegen y subvencionan a las emisoras sin ánimo de lucro, considerándolas como parte de la radiodifusión pública, como parte del servicio público. Esta tendencia viene representada por países como Francia o Dinamarca. Como contrapartida a la protección estatal, existen fuertes controles económicos sobre estos medios a los que, contraviniendo las recomendaciones internacionales, se les prohíbe la financiación a través de la publicidad y el patrocinio, o bien, se les aplica un tope máximo de financiación por este concepto. En otro nivel, encontramos legislaciones que no recogen un sistema estatal público que vele por el sostenimiento económico de estos medios, como es el caso de la tendencia representada por países como Suecia. En estos casos, como contrapartida a la falta de protección económica estatal, se contempla legalmente la posibilidad de obtener financiación a través de la publicidad comercial y el patrocinio.

Sin embargo, hay un rasgo común en las legislaciones europeas. En ellas no existe un reconocimiento expreso de los medios comunitarios como un sector propio, el Tercer Sector de la Comunicación (TSC), diferenciado del Primer y Segundo Sector. Como hemos apuntado, la definición de estos medios en los marcos regulatorios es de una importancia vital a la hora de facilitar (o no)

la viabilidad económica de estas iniciativas ciudadanas. A pesar de ello, en Europa, “la reivindicación de una ley audiovisual que contemple el reparto del espectro en tres tercios (33 por ciento para cada sector) respaldada por la Unesco y reconocida en los nuevos marcos legislativos latinoamericanos, es una asignatura pendiente” (Chaparro, 2014). El reconocimiento de estos medios ciudadanos debe pasar por el reconocimiento legal explícito y diferenciado del Primer y Segundo Sector, y el apoyo financiero desde el Estado, junto con la implementación de las legislaciones y reglamentos por parte de las autoridades mediáticas que, siguiendo las recomendaciones internacionales de organismos como la UNESCO y AMARC, deben velar por las radios ciudadanas y comunitarias y sus necesidades especiales, entre ellas su sostenibilidad económica, contemplando todas las opciones recogidas en las recomendaciones de las entidades internacionales.

La sostenibilidad económica de Onda Color en el marco legislativo español

Como hemos visto, España está muy alejada de las tendencias y marcos europeos en cuanto a un desarrollo normativo que reconozca a las radios comunitarias y vele por su sostenibilidad. Como denuncian organizaciones y expertos la legislación española rompe la tendencia de las leyes europeas y contraviene las resoluciones y recomendaciones internacionales (Chaparro, 2014, 2012; Meda, 2012, 2015; Meda & Muriana, 2014). Por la forma en que se define a los medios comunitarios en la legislación española, y por cómo se contempla y diseña su financiación, España se acerca al primer grupo europeo de los descritos. Pero el sistemático incumplimiento de su ley, y la falta del desarrollo normativo necesario hace que, en la práctica, la situación económica y la viabilidad a medio y largo plazo de los medios comunitarios en España esté en un limbo legal. Este espacio gris deja a estas emisoras, en el mejor de los casos, *al amparo* de decisiones políticas, y en el peor, *a merced* de actitudes sancionadoras.

En este contexto, Onda Color es crítica con la actual ley audiovisual española y denuncia la deriva política de las “3 p” desarrollada por el gobierno. Esta expresión proviene de los representantes de AMARC de América Latina y Caribe, estos “hablan de la voluntad de los gobiernos de someter a este sector a la política de las ‘3 p’; es decir, en caso necesario, mantenerlas pero pobres, pequeñas y pocas” (Chaparro, 2002), expresión que, como apunta Onda Color, retrata claramente la laxa actitud que viene desarrollando el Gobierno. Desde esta actitud política se recortan recursos y se menoscaba la capacidad de incidencia de estas emisoras, reforzando la idea general, forjada a lo largo de situaciones de opresión o abandono, de que los medios comunitarios son una serie de iniciativas aisladas y marginales. La política de las “3 p” desarrollada por el gobierno español se pone día a día de manifiesto a través de la falta de voluntad y de implicación por parte del Gobierno y las administraciones, en su trato sancionador hacia estos medios²⁶, y en su desidia en desarrollar una ley, no olvidemos que publicada en 2010, a través de un reglamento que reconozca y ampare a estos medios.

A pesar de ello, en España, las emisoras comunitarias luchan contra esta actitud política para alcanzar su supervivencia económica y su permanencia a largo plazo. En el caso de Onda Color a través de las fórmulas que hemos apuntado. Por un lado, a nivel local, se ven obligadas a competir por ayudas generales de tipo social y cultural. Este tipo de ayudas, si existiera un reconocimiento claro y diferenciado del Sector en la ley, que siguiera los estándares internacionales, deberían ser específicas para este tipo de medios. Pero además, se observa que a nivel europeo la tendencia es similar, siendo así que las emisoras comunitarias en España, como hemos visto en el caso de Onda Color, tienen que canalizar a través de los gobiernos regionales —lo que ya implica un primer grado de dificultad, tanto legal como burocrática— recursos económicos a través de subvenciones que provienen de fondos europeos (como el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, Fondo Social Europeo o Fondos de Cohesión), con unas líneas de actuación y unos objetivos generales que abarcan

diferentes sectores dentro de la acción social, sin proporcionar exclusivamente, planes de financiación específicos para este sector tan importante para el mantenimiento de una buena salud democrática.

Por otro lado, cabe destacar, en el caso español, la explícita prohibición de emitir publicidad y patrocinio como fórmula complementaria para la sostenibilidad económica de estos medios. Como hemos visto, los entrevistados identificaban esta cuestión como un grave problema para la sostenibilidad económica de Onda Color. Esto revela la capacidad de esta emisora para formar a sus miembros en cuestiones de difícil calado entre la población civil como son las jurídicas, y en su capacidad para ubicarlos en una perspectiva empoderadora y crítica frente a estos medios y su importancia para una sociedad democrática. Además, nos pone frente al contrasentido existente entre las directrices de la UNESCO y las recomendaciones del Parlamento Europeo y AMARC, y la Ley General Audiovisual española. Los primeros establecen estas fórmulas como posibles fuentes de financiación de estos medios comunitarios y sin ánimo de lucro, mientras que la legislación española los prohíbe, pero no aclara la decisión de contravenir los estándares y recomendaciones. Sí aporta otra fórmula, la creación de un fondo público, pero la falta de aplicación y de desarrollo de la ley hace que en la práctica, estos medios no cuenten ni con una ni con la otra vía para su sostenibilidad económica. Todo esto nos lleva indefectiblemente a la precariedad económica que padecen este tipo de medios en general, y en particular, a la insostenible situación que viven en España.

La sostenibilidad económica es un eje fundamental para la supervivencia y la viabilidad a medio y largo plazo de las emisoras comunitarias. Creemos que, siguiendo las recomendaciones internacionales (UNESCO, Parlamento Europeo, AMARC), el punto de partida para un desarrollo democrático y equilibrado de un sistema de medios debe empezar por un reconocimiento expreso y diferenciado en la ley que constituya a los medios comunitarios como un sector propio, el Tercer Sector de la Comunicación. A partir de una primera definición que recoja adecuadamente a las

emisoras ciudadanas y comunitarias, se puede desarrollar un marco legislativo que proteja a estos medios en sus diferentes ámbitos, como la reserva del 33% del espectro, las licitaciones específicas del sector, y en especial, la financiación específica de los medios comunitarios como uno de los pilares de la sostenibilidad económica y viabilidad a medio y largo plazo del Tercer Sector de la Comunicación.

Agradecimientos

Agradecemos a los vecinos del barrio de Palma-Palmilla y a los miembros de Onda Color su disposición constante y el apoyo para la realización de las entrevistas, cuyos discursos han permitido este estudio.

Notas

1. El presente estudio se encuadra dentro del proyecto de I+D del Ministerio de Economía y Competitividad titulado “Evaluación y monitorización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España: diseño de indicadores para la medición de su incidencia social”. MINECO CSO2014-52005-R (2015-2017). Investigador Principal: Víctor Manuel Marí Sáez.
2. La conferencia reunió a participantes del ámbito de la radio comunitaria, gobiernos, profesionales, sociedad civil, instituciones académicas y otros expertos de todas las regiones del mundo.
3. Los gobiernos y legisladores, los medios de comunicación comunitarios y asociaciones, la UNESCO, y la comunidad internacional (donantes, ONG internacionales y organizaciones gubernamentales internacionales)
4. Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.
5. Reporteros Sin Fronteras (RSF). Consultado: <https://rsf.org/es/>
6. En 2015 y 2016 numerosos periodistas-ciudadanos, bloggers y activistas defensores de los derechos humanos, también extranjeros, fueron detenidos por las autoridades. Huffingtonpost. Consultado: <http://bit.ly/2ycMyhy>
7. En la Edición 2017 de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa de RSF, China ocupa la posición 176 de 180. RSF. Consultado: <http://www.rsf-es.org/grandes-citas/clasificacion-por-paises/>
8. Broadcast Law: Broadcasting for the Public. Consultado: <http://bit.ly/2nNTS2X>

9. Originariamente, el TS en Japón era una entidad mixta establecida por una inversión conjunta entre una entidad pública local (primer sector) y una empresa privada (segundo sector) con el fin de llevar a cabo proyectos centrados en el desarrollo regional.

10. Emisoras con una potencia de 1 W o menos y un alcance aproximado de 2-3 km. Ministerio del Interior y Comunicaciones. Consultado: <http://www.soumu.go.jp/english/>

11. En Japón, la Corporación Específica de Activación sin Fines de Lucro realiza actividades basadas en la Ley de Promoción de Actividades Específicas sin Ánimo de Lucro, que entró en vigor en diciembre de 1998. Ministerio del Interior y Comunicaciones. Consultado: <http://www.soumu.go.jp/english/>

12. Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale

13. Coordinadora de ONG para el desarrollo en España

14. Coordinadora Andaluza de ONG para el desarrollo

15. Constituida jurídicamente como asociación en septiembre de 2009 con el nombre de Plataforma de Comunicación Comunitaria Onda Color.

16. Denominado Plan Comunitario Palma-Palmilla "Proyecto Hogar".

17. <http://participa.malaga.eu/portal/menu/portada/portada>

18. En este sentido, hay que señalar que los estatutos de la asociación son de septiembre de 2009, y el registro municipal se realiza en julio de 2010.

19. Las áreas de actuación son: Derechos Sociales; Participación Ciudadana, Voluntariado e Inmigración; Igualdad de Oportunidades; Accesibilidad; Cultura; Juventud; Consumo; Juntas Municipales de Distrito (11 distritos) (Boletín Oficial de Málaga, 2016).

20. Esta se concede a asociaciones juveniles, federaciones de asociaciones juveniles, secciones juveniles de otras asociaciones, entidades sin fines de lucro y grupos de correspondencia juveniles de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

21. BOJA Núm. 90

22. BOJA Núm. 114

23. BOJA Núm. 142

24. Como el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, o el Fondo Social Europeo.

25. BOE Núm. 114

26. Destacamos el reciente cierre (el 28 de septiembre de 2017) de la emisora comunitaria Cuac Fm, una histórica emisora con 21 años de antigüedad, motivado por la notificación de una posible sanción administrativa por continuar su emisión sin licencia. Cuac Fm se ha visto obligada a emitir desde internet. Más información: <http://bit.ly/2keIT11>

Bibliografía

- AMARC (2008). *Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria*. Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación de AMARC-ALC.
- AMARC (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*, Buenos Aires, 2010.
- BELTRÁN, L. R. (2014). *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. [Manuel Chaparro (Ed.)] Luces de Galibo: Girona/Málaga
- CALVO, E. (2011). Las radios comunitarias tras la nueva Ley de Comunicación Audiovisual. *Derecom*. No. 7.
- CEBALLOS-CASTRO, G. & MARÍ-SÁEZ, V. M. (2017). Ciudadanía, desarrollo comunitario y diversidad desde la praxis comunicativa: estudio de caso de la emisora comunitaria Onda Color (Málaga, España). *XV Congreso IBERCOM*, Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Católica Portuguesa (Lisboa)
- CHAPARRO, M. (2002). *Sorprendiendo al futuro: comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Amelia Romero: Barcelona.
- CHAPARRO, M. (2008). Los escenarios europeo y latinoamericano. Medios comunitarios y ciudadanos. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, N^o. 74.
- CHAPARRO, M. (2012). Medios de comunicación y democracia. Lecciones desde América Latina. *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, Vol. 1, N^o. 1.
- CHAPARRO, M. (Ed.) (2014). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Luces de Gálibo: Girona/Málaga.
- CHAPARRO, M. & ESCORCIA, H. (2014). Las reformas en las políticas públicas de comunicación en América Latina. En M. Chaparro (Ed.). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Luces de Gálibo: Girona/Málaga.
- CHAPARRO, M. (Ed.) (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Ediciones desde abajo: Bogotá, Colombia.

- CLUA, A; FERNÁNDEZ, M. & GARCÍA, J. (2006). Medios sin ánimo de lucro en la regulación del audiovisual. El caso de España: del vacío legal al espacio marginal. *I Congreso Nacional ULEPICC-España*.
- EL MOHAMMADIANE, A. & MUÑOZ, L. (2014). Las radios comunitarias andaluzas, una herramienta para la democratización de la comunicación. En M. Chaparro (Ed.). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Luces de Gálibo: Girona/Málaga.
- FeSP & ReMC (2014). *Retrosesos en materia de libertad de información en España*. Informe elaborado por la Federación Española de Periodistas y la Red de Medios Comunitarios.
- GARCÍA GARCÍA, J. (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España. *Revista adComunica*, Núm. 5.
- GUMUCIO, A. (2001). *Haciendo olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*. New York: The Rockefeller Foundation
- LANDABURU, A. (2017). Análisis y relatos de experiencias de comunicación participativa en radios comunitarias en India. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, Vol. 6, núm. 2 (2017).
- LEWIS, P. & MITCHELL, C (2014). Fomento de la cohesión social: el papel de los medios comunitarios. En M. Chaparro (Ed.). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Luces de Gálibo: Girona/Málaga.
- MARÍ SÁEZ, V. M. (2010). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios. *Razón y palabra*, 15(71).
- MARÍ SÁEZ, V. M. (2014). Comunicación y tercer sector audiovisual en la actual transición paradigmática. En M. Chaparro (Ed.). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Luces de Gálibo: Girona/Málaga.
- MEDA, M. (2012). Del arte de cambiar para que todo siga igual: el Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, Vol. 1, núm. 1
- MEDA, M. (2015). El tratamiento de los medios comunitarios en el marco de la Ley General de la Comunicación Audiovisual. *Memoria*

- para optar al Grado de Doctora*. Universidad Complutense de Madrid.
- MEDA, M. & MURIANA, J. (2014). El nuevo rumbo de las políticas audiovisuales. Las demandas ciudadanas y el ejercicio del derecho a la comunicación. En M. Chaparro (Ed.). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Luces de Gálibo: Girona/Málaga.
- PARLAMENTO EUROPEO (2008). *Informe sobre los medios del tercer sector de la comunicación*. Comisión de Cultura y Educación. Documento de sesión.
- REGUERO JIMÉNEZ, N.; GARCÍA GARCÍA, J. & SÁEZ BAEZA, Ch. (2012). Radios y televisiones del tercer sector de la comunicación en la historia de la legislación española: ¿un proceso reversible? *III Congreso Internacional de la AE-IC* (Tarragona).
- UNESCO (2008). *Declaración de Maputo sobre promover la libertad de expresión, el acceso a la información y la emancipación de las personas*. Mozambique: UNESCO.
- UNESCO (2015). *Seminario Internacional sobre la Sostenibilidad de los Medios de Comunicación Comunitarios: Fortalecimiento de Políticas y Financiación*. Informe de recomendaciones.
- UNESCO (2016). *Sintonizar el desarrollo*. Informe sección Comunicación e Información.

Biografía

Gonzalo Ceballos Castro
 gonzalo.ceballos@uca.es
 Universidad de Cádiz

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Cádiz-UCA). Máster Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación (UCA). Estudiante de Doctorado Interuniversitario en Comunicación (UCA). Contratado predoctoral del personal investigador en formación (PIF2015) (UCA) convocado por concurso público por Resolución del Rector UCA/REC02VI/2015. Miembro del grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital (SEJ061) (UCA).

La representación del éxodo rural como
cambio social en el neorrealismo italiano:
espacios y personajes de *Rocco*
y sus hermanos (1960)
y *Los camaradas* (1963)

VALERIANO DURÁN MANSO
Universidad de Cádiz

1. Introducción

Los procesos migratorios han tenido, y siguen teniendo en la actualidad, un importante papel en la vertebración de la sociedad. Su presencia en los medios de comunicación de masas y en distintas manifestaciones artísticas, ha contribuido a la construcción de los mismos en el imaginario colectivo, como se ha producido a través de la televisión, el cine, pero, también, la fotografía. La gran pantalla ocupa un destacado lugar en la representación de las migraciones por su capacidad para crear, recrear y construir los movimientos poblacionales y vincularlos con los géneros narrativos, sobre todo con el drama, el melodrama, el cine bélico o la comedia. Debido al carácter multicultural del considerado séptimo arte –una idea que se refuerza al advertir el diverso origen de los pioneros de Hollywood–, las películas han mostrado las migraciones desde los inicios del cine como industria. Por una parte, ha expuesto el choque cultural, la esperanza, o el deseo de prosperar, pero “ha actuado también como elemento de denuncia ante las

injusticias y la situación que sufren aquellos que han dejado sus países y sólo buscan mejorar sus condiciones de vida” (Moyano, 2016: 16). Este planteamiento invita a la reflexión del cine como un espejo donde se puede ver y retratar a la sociedad, pues a lo largo de su breve historia ha pretendido dar voz a los desheredados y antihéroes, y, en este caso, a los protagonistas del éxodo rural. Estos personajes han sido tratados de forma diversa en función de los distintos movimientos fílmicos y cinematografías:

Los problemas migratorios generados en todo el mundo, los difíciles equilibrios sociales y el miedo que suscita en muchos ciudadanos han llevado a los mejores cineastas de todos los tiempos a plantearse preguntas sobre la historia social y cultural de las migraciones y los procesos migratorios actuales (Arranz, 2012: 5).

A este respecto, forman parte de los movimientos migratorios los desplazamientos por motivos económicos, profesionales, políticos, religiosos, sociales, o incluso bélicos o relativos a enfermedades y epidemias. El primero de ellos es uno de los que más se ha abordado en la gran pantalla, y es el que centra estas páginas debido a la huida de los personajes principales desde un sur empobrecido a un norte industrializado y con posibilidades de futuro. No obstante, el de tipo profesional o social aparece derivado del anterior en las películas analizadas porque va unido al concepto de búsqueda de nuevas oportunidades. Las cinematografías europeas han mostrado un mayor interés por este tema que la norteamericana —a pesar de su innegable hegemonía—, y, además de los cineastas españoles, los italianos, franceses y británicos han sido quienes más han ahondado en los movimientos y las crisis migratorias durante el siglo XX, tanto en el viejo continente como dentro de sus propias fronteras (Moyano, 2016). Asimismo, y a pesar de su presencia en géneros como la comedia, “el enfoque realista contribuiría, sin embargo, a mostrar las consecuencias dramáticas que para la gente tuvo aquel movimiento de población que cambió la faz del país” (Castiello, 2010: 10).

En este sentido, el Neorrealismo Italiano se erige como el estilo

más representativo y sólido en la plasmación de la compleja realidad de la emigración Sur-Norte, del mundo rural al industrializado, y, en definitiva, de la cultura propia al desarraigo, entre otros aspectos. Tomando como base los principios estilísticos de este movimiento –como la exhibición de una sociedad empobrecida tras la II Guerra Mundial, la recreación en lo cotidiano o la injusticia social–, se realizará una aproximación al tratamiento del masivo éxodo rural que experimentó Italia en las películas de principios de la década de los sesenta, que es cuando el país se convirtió en la segunda cinematografía del mundo (Tirri, 2006). Por este motivo, se analizan los temas, los espacios y los personajes de dos títulos que reflejaron esta dura realidad desde un punto de vista social: *Rocco y sus hermanos* (*Rocco e i suoi fratelli*, Luchino Visconti, 1960) y *Los camaradas* (*I compagni*, Mario Monicelli, 1963). Con ello, se persigue el objetivo de poner en valor la importancia fílmica de una situación normalmente silenciada en esos años, así como el carácter psicológico de unos protagonistas que tienen que enfrentarse a la realidad de la migración, sobre todo en lo referente a su desintegración moral en unas ciudades con oportunidades, pero en las que también existe la corrupción. Sin duda, este éxodo rural experimentó un notable desarrollo en Italia en cuanto “se consolidó el despegue económico, algo fácilmente entendible si tenemos en cuenta que muchos huyen en un viaje sin retorno del mundo de miseria y opresión” (Vega, 2010: 18).

A nivel narrativo, ambos títulos se desarrollan en espacios y tiempos diferentes, pero próximos entre sí, el Milán de finales de los cincuenta y el Turín de 1900, desde una perspectiva marcada por el neorrealismo. Asimismo, se enmarcan en un proceso de producción fílmica que coincide en el tiempo con el primer periodo establecido por Jan Servaes en lo que respecta a la división de la historia moderna del desarrollo, es decir, el enfoque de la modernización (1945-1965) (Marí Sáez, 2010). Esto pone de relieve la necesidad de enmarcar un estilo de claro carácter social, como es el neorrealismo, en el contexto de la comunicación para el desarrollo debido a la capacidad del cine para reflejar y construir identidades. Desde estas consideraciones, este capítulo pretende

destacar la representación fílmica de un tema de plena actualidad –desde el drama y la comedia–, para mostrar la realidad social del movimiento Sur-Norte en Italia.

2. Migraciones interiores en el cine: del sur al norte de Italia

La emigración y sus protagonistas están presentes en la historia del cine desde sus inicios. De hecho, en el periodo mudo norteamericano destaca el cortometraje *Charlot emigrante* o *El inmigrante* (*The Immigrant*, Charles Chaplin, 1917), que, enmarcado en la comedia romántica, mostraba las vicisitudes de un vagabundo que llega en barco a Estados Unidos desde Europa. A pesar de estar contado en clave de humor, destaca la dureza con la que son recibidos los personajes en Nueva York por los operarios de aduanas, “escenas en las que contrasta la imagen de la estatua de la libertad con el hecho de que un funcionario ate una cuerda para impedir el paso de los emigrantes y otro dé una patada a uno de ellos” (Hernández Borge & González Lopo, 2009: 9). Esta contraposición entre esperanza y represión, huida y freno, o ansia por emprender una nueva vida y rechazo por la sociedad receptora, está presente de diferentes formas en las películas que desde hace un siglo abordan las migraciones humanas.

En este sentido, y por citar sólo algunos de los más representados en la gran pantalla, destacan los siguientes movimientos migratorios: el desplazamiento de los europeos a América desde el siglo XVI y en distintas oleadas en el siglo XX –debido a la I Guerra Mundial, el auge del comunismo y del nazismo, o la II Guerra Mundial–; el exilio de los españoles a Europa y a América durante la Guerra Civil y la Dictadura de Francisco Franco; la huida de norteamericanos a Europa al ser tachados de comunistas; el exilio de los americanos del sur a Europa a causa de las dictaduras de sus países; o, en las últimas décadas, la huida de africanos a Europa. Asimismo, resultan representativas las migraciones dentro de un mismo país, siendo los casos de Estados Unidos, Italia o España algunos de los más retratados en el celuloide. Ante esta mul-

titud geográfica de enfoques, se puede afirmar que existen dos grandes tendencias predominantes en el cine: el paraíso americano y la dinámica Norte-Sur (Hueso Montón, 2009).

Dentro de esta amplia pero aclaratoria clasificación, el presente capítulo se articula en torno a la segunda línea en uno de los países de mayor trascendencia en la historia del cine desde sus inicios, y que más movimientos migratorios ha protagonizado: Italia. En el siglo XIX la zona norte se convirtió en el motor económico del joven país, y esto tuvo un relevante impacto en la demografía, pues “con los conatos de industrialización de Lombardía y del Piemonte, son Milán y Turín las que recogen como mano de obra asalariada los restos del artesanado rural desplazado de los valles alpinos” (Eiras Roel, 2009: 44). Este movimiento migratorio de carácter interno –y efecto llamada-, se extendió durante el siglo XX al resto del territorio nacional, afectando especialmente a las amplias zonas rurales del sur, y teniendo su punto álgido en los años siguientes a las dos guerras mundiales (Arranz, 2012). Aunque esta dicotomía territorial se remonta a casi dos siglos, y parece de tipo estructural, experimentó un notable y significativo desarrollo en el siglo XX, en concreto, a principios del mismo y en la década posterior a la II Guerra Mundial; épocas en las que se desarrollan *Los camaradas* y *Rocco y sus hermanos*, en este orden. Las diferencias entre el norte y el sur constituyen el marco de los movimientos migratorios en ambas y ha determinado al territorio italiano, pues en ellas adquiere una gran importancia los aspectos económicos –aunque los políticos no pueden obviarse-, al tratarse de desplazamientos masivos de ciudadanos oriundos de unas áreas muy deprimidas, normalmente del sur, hacia otras “con un desarrollo económico y social muy superior (el norte)” (Hueso Montón, 2009: 102).

De las dos etapas citadas, la segunda es la que ha tenido una mayor trascendencia e impacto en el desdoblamiento de las zonas rurales del sur y el acelerado crecimiento de las urbes del norte. Así, la apuesta por la prosperidad ha estado irremediablemente unida al abandono de las zonas agrarias, provocando una profunda desestructuración territorial y demográfica. Como indica Miret

(2005), “las pésimas condiciones de vida de las provincias del sur, a finales de la década de los cincuenta y buena parte de los sesenta, provocó un imparable desplazamiento de la población hacia las ciudades industriales del norte”, y añade que “entre 1951 y 1961, las provincias del *mezzogiorno* perdieron casi dos millones de habitantes, mientras que las ciudades de Milán y Turín aumentaron espectacularmente su población” (91). De esta manera, la emigración se convirtió en un tema de máxima actualidad en la sociedad de aquellos años, y no tardó en tener su reflejo en la gran pantalla italiana con el neorrealismo, aunque la influencia de este estilo estuvo presente también en la vecina España. A este respecto, se puede establecer un cierto paralelismo entre ambos países, pues “las décadas de los 40 y los 50 reflejan una sociedad española destruida por la guerra. La pobreza, la miseria y el hambre provocaron movimientos migratorios que auspiciaran mejores condiciones de vida dentro de nuestro propio territorio” (Moyano, 2016: 22). El carácter realista de este movimiento cinematográfico –como se explica más adelante-, el difícil drama de los desplazados y su colisión con unas sociedades receptoras más frías y distantes que las sureñas, determinaron el argumento de los filmes que abordaban este tema:

De ahí que con frecuencia los argumentos centrados en la aventura vital de los emigrantes, los procesos de integración y segregación de los inmigrantes, la relación entre lo dejado atrás y lo encontrado en el lugar de destino, los dramas y ambiciones que contienen las maletas de quienes emigran, las escisiones que sufre su identidad, las reacciones que despiertan en las sociedades (no siempre) de acogida, los aprendizajes y las incomprendimientos que encierra el contacto entre unos y otros, la nostalgia de la tierra de origen, las dificultades con que para su sorpresa se encuentran los que retornan... constituyen motivos fácilmente entendibles por públicos muy alejados entre sí. Se trata, en definitiva, de la necesidad y la dificultad de relacionarse con “los otros” (Vega, 2010: 17).

En este sentido, sobresale en las películas de esta época, este estilo y esta temática, un acusado contraste entre la vida en la ciudad

y el pasado rural, para acentuar aún más la dicotomía ente la opulencia de la urbe y la pobreza de los inmigrantes. Así se manifiesta especialmente en *Rocco y sus hermanos* con Milán como escenario, una ciudad tan industrial como fastuosa a nivel artístico, como denota su centro histórico. Con ello, “Visconti quiso que una de las escenas de su crónica melodramática de la emigración a la gran urbe se emplazase nada más y nada menos que en las terrazas del Duomo, con su blanco bosque de pináculos, arbotantes y tracerías góticas” (García Gómez y Pavés, 2014: 15); sin duda, una forma de enfatizar la humildad y la pobreza de los personajes en la exuberante capital lombarda. Asimismo, en los filmes de estos años se intentó presentar de forma maniquea a los núcleos rurales y a los urbanos, es decir, como si fueran dos mundos radicalmente opuestos. De esta manera, el primero apareció vinculado a la tradición, la nostalgia, la naturaleza, la familia, la religión, pero, también, al retroceso, y el segundo se mostró ligado a la modernidad, lo industrial, lo comercial, el carácter europeo –en lo que respecta a una idea de Europa únicamente urbana–, pero, además, la corrupción y la pérdida de valores morales:

En una muestra de evidente etnocentrismo cultural, el campo se convirtió en escenario del atraso, la ignorancia, lo atávico, lo zafío; la ciudad se presentó, con los oropeles del progreso y del consumo, como adelanto, como bienestar, como futuro. Esta dicotomía se edulcoró, en ocasiones, mediante contrastes sutiles entre uno y otro universo. Por una parte, el mundo del campo se representó también como la arcadia feliz, un mundo de paz y tranquilidad en oposición a una ciudad devorada por el tráfico, la prisa y los malos modos. Se pintó la vida ciudadana carente de los más elementales valores, en contraste con un universo rural donde todo estaba en su sitio: la familia, la religión y la autoridad (Castiello, 2010: 97).

En definitiva, la emigración constituye un motivo temático de especial relevancia, pues alude al contraste entre distintos individuos, a las relaciones que se establecen entre los emigrados con otros conciudadanos y paisanos, y con los nativos de la zona donde

se asientan, y a la dicotomía entre la nostalgia por lo perdido y la compleja asimilación de lo nuevo. Así, los aspectos sociales y culturales determinan a los personajes de los filmes que tratan este tema, como se constata en las películas que se estudian.

3. *Aproximación al Neorrealismo Italiano: cambios en los cincuenta*

En los años previos a la eclosión del Neorrealismo Italiano, se estrenó en Francia una película que puede servir como referente –más que como precedente-, de los filmes italianos que se enmarcaron en el mismo y abordaron la inmigración. Se trata de *Toni* (*Toni*, Jean Renoir, 1935), donde en la Francia del Frente Popular –durante la etapa convulsa de Entreguerras-, se muestran las vidas de inmigrantes de diversos países mediterráneos, como España o Italia, desde una perspectiva realista que señalaba la dificultad de su integración en el nuevo entorno. Por ello, la película se convirtió “en un modelo para cineastas posteriores como los neorrealistas italianos” (Hueso Montón, 2009: 103) –especialmente Visconti, que colaboró con Renoir en Francia durante los años treinta-, quienes apostaron por reflejar las vidas de la gente de la calle.

Siendo la cinematografía de Hollywood la más desarrollada, tanto a nivel técnico como narrativo o de producción, la italiana ocupa un lugar histórico muy destacado que la ha situado entre las primeras del mundo, y a ello han contribuido las aportaciones de la ficción realista (Quintana, 1997). Durante la II Guerra Mundial, en concreto en 1943, se originó en la revista *Cinema* –que había sido fundada en 1936 por el segundo hijo de Benito Mussolini, el militar, y crítico y productor de cine Vittorio Mussolini-, una postura crítica contra el régimen fascista imperante a partir de una serie de reflexiones sobre lo que debía ser y constituir la estética cinematográfica:

En la revista empezó a manifestarse un debate clave para entender el neorrealismo y que oponía a los autores que creían que el camino de retorno hacia la realidad pasaba por la recuperación actualizada de las

formas investigadas en la gran tradición literaria del siglo XIX frente a los cineastas que consideraban que debían privilegiarse las funciones documentales del medio, el papel de la cámara como reproductora de una realidad, para acabar obteniendo, a partir de la ficción, un plus de verosimilitud. El centro del debate no consistía en la oposición entre unos cineastas ingenuos que creían que el cine era el equivalente al mundo y otros que creían que el mundo era contado mediante el relato. El debate estaba centrado en intentar comprender si el ideal realista debía privilegiar una tradición que había servido para dar cuenta del funcionamiento del mundo, del sentido de sus organizaciones sociales y de haber abierto el arte a la esfera de lo político (Quintana, 2005: 28-29).

A partir de estas premisas, las primeras teorías sobre el neorrealismo se articularon en torno a figuras como Umberto Barbaro y Luigi Chiarini, ambos profesores del Centro Sperimentale di Cinematografia, quienes reivindicaban el valor artístico del cine y la necesidad de realizar una representación creativa de la realidad, en el primer caso, y el rechazo de la evasión de la propia realidad mediante el cine como espectáculo, en el segundo. Ellos inspiraron a futuros cineastas, generando un debate crítico que tuvo en la novela verista italiana del siglo XIX, y, en concreto, en el autor Giovanni Verga a uno de sus grandes referentes. Otros muy relevantes fueron los modelos realistas de las novelas extranjeras – sobre todo de la literatura norteamericana de la ‘generación perdida’-, que traducían al italiano escritores como Cesare Pavese; las vanguardias cinematográficas soviéticas; el realismo poético francés; o las aportaciones del filósofo Antonio Gramsci, un firme opositor del fascismo que también decidió reivindicar la obra de Verga (Quintana, 1997). Desde estas bases teóricas, el movimiento neorrealista se configuró sobre “dos dimensiones indisociables: la estética, que atiende a la forma de captar la realidad, y la ética, que concibe esa realidad como verdad con la que ha de estar comprometido el cineasta”, construyendo así “un realismo funcional que emplea los medios de expresión propios del lenguaje cinematográfico, la ficción fílmica, para documentar la existencia histórica” (Sánchez Noriega, 2005: 248).

De esta manera, y partiendo de la diversidad de las películas rodadas en este estilo, se establecen una serie de rasgos estéticos comunes: el modo de producción austero, el rodaje en exteriores y en barrios populares, el compromiso social en la mirada del cine hacia la realidad, la presencia de actores poco conocidos o no profesionales, la puesta en valor de temas vinculados al trabajo y la vida cotidiana, el espíritu de crónica de la realidad, y la combinación de drama y tragedia con ciertos elementos cómicos (Sánchez Noriega, 2005). Asimismo, también surgieron personajes potentes, como la mujer y el niño (Caldevilla Domínguez, 2009), que protagonizaron filmes enmarcados en el llamado neorrealismo rosa –más próximo a la comedia–, y se apostó por el rodaje en blanco y negro para plasmar con precisión la dura realidad social de la posguerra en la gran pantalla. En lo que respecta al reflejo de la sociedad, se mostraron la difícil supervivencia, las fuertes diferencias sociales y los intensos movimientos migratorios de un país con un sur de exuberante riqueza artística, pero eminentemente agrario y empobrecido, y un norte industrializado y con futuro. Castiello asegura que “como toda actividad humana, el discurso cinematográfico se conforma en contextos sociales, por los que es influido pero a los que también influye” (2010: 9), una idea que destaca la dialéctica entre el cine y la realidad, y su influencia en el neorrealismo.

Entre los principales nombres y películas de este movimiento, destacan algunos de los protagonistas de la historia del cine universal, como Roberto Rossellini, con *Roma, ciudad abierta* (*Roma, città aperta*, 1945), *Camarada* (*Paisà*, 1946), *Alemania año cero* (*Germania, anno zero*, 1948) o *Te querré siempre* (*Viaggio in Italia*, 1953); Vittorio De Sica, autor de *El limpiabotas* (*Sciusià*, 1946), *Ladrón de bicicletas* (*Ladri di biciclette*, 1948), *Milagro en Milán* (*Miracolo a Milano*, 1951) o *Umberto D* (*Umberto D*, 1952); Luchino Visconti, director de *Obsesión* (*Ossessione*, 1943) –considerada la precursora de este estilo–, *La tierra tiembla* (*La terra trema*, 1948) o *Bellísima* (*Bellissima*, 1951); y Giuseppe De Santis, realizador de *Arroz amargo* (*Riso amaro*, 1948); además de otros cineastas tan destacados como Alberto Lattuada, Pietro Germi o Luigi Zampa.

A pesar de que esta corriente se mantuvo hasta la década de los sesenta, como se aprecia en algunos de los principales filmes de Pier Paolo Pasolini, el neorrealismo empezó a decaer durante los cincuenta. Sin embargo, numerosos cineastas apostaron por abordar nuevas dimensiones del mismo, según evolucionaban los tiempos, a la par que hacían un cine más personal y de autor. Este fue el caso de Michelangelo Antonio o Federico Fellini, si bien pioneros del estilo como Visconti lo cultivaron de distinta forma en películas tan dispares a nivel estético como *Senso* (*Senso*, 1954) y *Rocco y sus hermanos*. En estos años destacó el denominado neorrealismo burgués, que salía de los ambientes más humildes para retratar la realidad y las miserias más profundas de la burguesía (Caldevilla Domínguez, 2009). Así se puso de manifiesto en dos filmes estrenados en 1960: *La aventura* (*L'avventura*), de Antonioni, y *La dolce vita* (*La dolce vita*), de Fellini, que, junto a *Rocco y sus hermanos*, también del mismo año, originaron un histórico escándalo en su estreno por la visión negativa que ofrecían de la sociedad italiana, aunque fueron tres de los títulos más relevantes del país e influyentes en el ámbito europeo (Font, 2005). A finales de la década, esta cinematografía experimentó un significativo desarrollo de carácter internacional debido al volumen de películas que se estrenaron —y que seguiría en aumento durante los sesenta—, y a la calidad de las mismas a nivel narrativo, creativo, innovador, renovador y experimental:

Se suelda, al menos parcial y significativamente, la habitual fractura entre cine comercial y cine de autor, señalándose el éxito de dos films como *La gran guerra* (*La grande guerra*; M. Monicelli) y *El general de la Rovere* (*Il generale della Rovere*; Roberto. Rossellini) en la Mostra veneciana de 1959, obteniendo ex-aequo el León de Oro. Una alianza entre comercialidad y autoría que al año siguiente confirmaría el éxito de títulos como *La dolce vita* (*La dolce vita*; F. Fellini) o *Rocco y sus hermanos* (*Rocco e i suoi fratelli*; L. Visconti) (Monterde, 2005: 71-72).

En España hay un referente de *Rocco y sus hermanos*, *Surcos* (José Antonio Nieves Conde, 1950), donde una familia, los Pérez, aban-

donan su pueblo castellano para irse a Madrid, animados por el hijo mayor, que ha hecho allí el servicio militar. No obstante, en la capital descubren una sociedad hostil marcada por la ilegalidad, la prostitución y la insolidaridad, se alojan en una inhóspita corrala, son objeto de burlas por su aspecto pueblerino y sufren la tragedia y la desestructuración familiar. En este sentido, “*Surcos* es un neorrealismo a la española, un cine apegado a la realidad por muy dura que esta fuera” (Moyano, 2016: 28), y así lo demuestran su realización en pleno apogeo de esta corriente cinematográfica y sus similitudes argumentales con la citada película de Visconti, donde, como se estudia a continuación, la familia protagonista se traslada a Milán animada por el primogénito –que ya vive allí–, tienen que instalarse en casas de vecinos con patios comunes, conocen de cerca la prostitución y la injusticia social, y sufren su propia desintegración. Algunos de estos aspectos están presentes también en *Los camaradas*, a pesar de situarse en 1900. Aunque en el cine español destacan otros títulos sobre el éxodo rural, como *La aldea maldita* –tanto en la versión muda de 1930 como en la sonora de 1942, dirigidas por Florián Rey–, la crítica *Surcos* es la que más se acerca a las presentes italianas. Su carácter neorrealista se percibe “en que el equipo de rodaje se esmeró en presentar la vida tal cual era, mediante sonido directo, rodada en exteriores, un trabajo perfecto de localización de una barriada popular y un vestuario que fue adquirido en mercados callejeros” (Castiello, 2010: 105).

Los filmes que abordan las migraciones suelen ir acompañados de polémica debido a la diversidad de aristas de carácter social, político o económico que intervienen en sus motivaciones, y que se han representado en la historia del cine. En este sentido, “el conjunto de películas sobre migración es de una dimensión tan compleja y atractiva y refleja tantas constantes en su arquitectura y su identidad que nos atrevemos a afirmar que constituye hoy en día casi un subgénero cinematográfico” (Arranz, 2012: 11). El cine ha desempeñado, y sigue desempeñando en la actualidad, un papel primordial en lo relativo a la representación de la evolución y el desarrollo de la sociedad. Por ello, y a causa de su carácter testi-

monial, se considera que “el discurso cinematográfico es una parte de la herencia cultural del país” (Castiello, 2010: 8), y así se pone de relieve especialmente en las películas enmarcadas en el neorrealismo italiano.

4. *Análisis*

4.1. *Rocco y sus hermanos (1960)*

Considerada una de las cien mejores películas sobre inmigración (Arranz, 2012), este título de Luchino Visconti se centra en las vicisitudes de una familia del sur de Italia, los Parondi, quienes emigran al norte en la década de los cincuenta. Desde su Lucania natal —la actual Basilicata—, la madre, Rosaria, encarnada por Katina Paxinou, y recién viuda, viaja hacia Milán con sus hijos Simone, Rocco, Ciro y Luca, interpretados por Renato Salvatori, Alain Delon, Max Cartier y Rocco Vidolazzi, respectivamente, para reunirse con su primogénito, Vincenzo, encarnado por Spiros Focas. Estos inmigrantes meridionales —que solían ser llamados popularmente *terroni* (Miret, 2005)—, hallan una ciudad fría, hostil y poco hospitalaria; es decir, radicalmente opuesta a su entrañable Lucania. Allí se instalan en el semisótano de un maltrecho edificio de la periferia donde también habitan otras familias que proceden de otras muchas zonas rurales del país. Este punto de partida recupera los principales aspectos temáticos de la primera etapa de Visconti, en la que se gesta su tendencia neorrealista y melodramática: “confluyen en *Rocco*: el planteamiento sociológico (origen y condiciones de la migración interior, marginación del subproletariado urbano), la descripción psicológica de los personajes (relaciones entre hermanos, sentimiento de culpa, agresividad de la frustración), y, por supuesto, la catarsis del melodrama” (Miret Jorba, 1989: 111).

En primer lugar, en lo que respecta al espacio, Milán se erige como la protagonista del desarrollo industrial, es decir, del considerado milagro económico de Italia tras la dura crisis de posguerra. Prueba de ello es que a mediados de la década se establecieron allí

más de treinta mil personas procedentes de otras áreas del país, sin contar las que no se registraron de forma oficial (Arranz, 2012). La capital lombarda estaba repleta de esperanzas y oportunidades para los oriundos del deprimido sur, quienes tenían que cobijarse —e incluso a veces hacinarse—, en unos barrios periféricos que acentuaban aún más su condición de inmigrantes con respecto a los milaneses. Para reflejar estas diferencias sociales, Visconti indagó en esta realidad de su ciudad natal:

Cuando empezó con el proyecto, Visconti exploró una parte de Milán que no conocía: el horrendo y nuevo suburbio de cemento que crecía alrededor del casco antiguo; también conoció a los nuevos inmigrantes del sur, sus barrios y sus costumbres [...] El argumento, preocupación principal de Visconti, era el amplio lienzo en el que se expresaba un drama humano, un gran tema: *Rocco* mostraba el problema de la inmigración del sur, que empezaba entonces masivamente, visto desde Milán, su propia ciudad, que se había convertido en la capital industrial de Italia. Visconti no compartía el desprecio que los norteos sentían hacia los desdichados sureños que llegaban en busca de trabajo y de una vida moderna que les estaba negada en el sur (Servadio, 2014: 215-216).

Debido a su desarrollo económico, la película exhibe una imagen populosa, dinámica y activa de la ciudad, donde las modestas viviendas de la clase trabajadora se alternan con los espacios laborales, tales como fábricas y comercios. Sin embargo, también se muestra la cara más cruel de esta urbe, pues existe un ambiente corrupto que afecta a los recién llegados y que se evidencia en el alcoholismo, la prostitución y la picaresca. Por ello, las escenas más violentas, correspondientes a la violación y el asesinato de Nadia, tienen lugar en un sombrío descampado y en una inhóspita y alejada alameda, respectivamente, para acentuar aún más su dramatismo. Así, el cineasta “se planteó por primera vez una serie de interrogantes sobre las fracturas que el mundo moderno había ocasionado en el individuo, sobre la forma en que el milagro económico había exacerbado las divisiones entre el norte y el sur de Italia” (Quintana, 1997: 196-197). A este respecto, y con una mirada realista, Visconti reflejó la marginación que sufría el proleta-

riado urbano de Milán, mediante una descripción psicológica de los personajes principales, quienes indican en distinto grado su ilusión por la nueva vida, su añoranza por la tierra de origen, y la amarga supervivencia (Arranz, 2012). Así, marcados por la dicotomía entre la búsqueda de una vida digna y la losa de los prejuicios sociales, los seres de ficción encaran de forma diferente su condición de inmigrantes. Por ello, la película se organiza en cinco actos correspondientes a los cinco hermanos, “tomados cada uno a modo de arquetipos sociales y morales” (Font, 2005: 86). Esta estructura narrativa permite conocerlos mejor y reflexionar sobre sus puntos de vista:

- Vincenzo. El hijo mayor encarna el prototipo del emigrante rural que partió solo hacia la ciudad, y que una vez asentado anima al resto de la familia a que haga lo mismo. Se acostumbra rápidamente a la nueva vida en Milán, donde trabaja como albañil aunque intentó ser boxeador profesional. Al principio, ejerce el rol de hijo y hermano mayor, y responsable, pero su principal objetivo es casarse y fundar su propia familia con su novia, Ginetta. Al final, se casa, tiene dos hijos y se dedica en exclusiva a su nueva familia. Concibe que su vida está en Milán y nunca se plantea volver a Lucania. Carece de conciencia de clase.
- Simone. El segundo hijo de Rosaria es el más complejo de todos. Aunque tiene un carácter humilde, se siente atraído por la opulencia de Milán. No concibe su vida allí como un inmigrante que debe trabajar, sino como una oportunidad de enriquecerse de forma rápida. Por ello, empieza en el boxeo profesional, pero no tarda en hundirse en los ambientes marginales, iniciar una relación con una prostituta, Nadia –de la que se enamora y a la que asesina–, robar y convertirse en un alcohólico. Él es irresponsable, impulsivo, y, además, muy débil. Debido a su comportamiento provoca la fractura de la familia y acaba en la cárcel.
- Rocco. El protagonista encarna la bondad y la pureza. Es responsable, bueno, atento, generoso, sacrificado y noble, y así se

refleja en la forma en que actúa con su familia. Asimismo, tiene un espíritu romántico e idealista, pues tiene a Lucania en su pensamiento y no le termina de agradar Milán para vivir, aunque no se opone a ello y se inicia en el boxeo. Es muy protector con Simone, pero se enfrenta duramente a él tras violar a Nadia, de la que también se enamora. Como concibe la familia como un compromiso y posee un gran sentimiento de culpa, al final sigue boxeando para asumir las deudas y errores de Simone.

- **Ciro.** A pesar de ser uno de los hermanos pequeños, es muy maduro, reflexivo, responsable y sensato. Desde el principio, comprende que no pueden volver a Lucania, así que empieza a trabajar y a estudiar para poder prosperar en Milán. Gracias a ello consigue un empleo en Alfa Romeo que le permite sostener a la familia y establecerse. Además, inicia una relación seria con una chica. Es muy crítico con Simone y no duda en denunciarlo por el crimen que comete, aunque su madre y Rocco se oponen. Él representa una nueva versión de Vincenzo y puede que con el tiempo se convierta en un burgués (Miret Jorba, 1989).

- **Luca.** El benjamín de los Parondi es apenas un adolescente que compagina el colegio con un trabajo de recadero. Es obediente y está muy unido a Ciro y a Rocco, mientras que con Vincenzo y Simone manifiesta menor afinidad. Crece tomando lo bueno y malo de cada uno de sus hermanos. Como el protagonista, siente nostalgia por Lucania, pero es el único que quizá vuelva en el futuro.

Por su parte, Rosaria es una madre coraje que, ante la ausencia del padre, protege y dirige a sus hijos de forma intensa. Su principal objetivo es mantener la unidad familiar, pero sus intentos son en vano porque el escenario del depredador Milán industrial es muy opuesto al de la sosegada Lucania rural. Aunque reivindica las tradiciones, como indica su intensa religiosidad, y el modo de vida del sur, manifiesta un gran optimismo por todo lo bueno que sus hijos pueden conseguir en una ciudad como Milán, pues es

consciente de que en Lucania no hay futuro. Sin embargo, acaba arrepentida de haber dejado su tierra porque esta urbe se convierte en la perdición de Simone e implica la desestructuración familiar. Ella es “una característica madre latina, a la vez dominante y protectora, generosa y egoísta, cuyo principal objetivo es que sus hijos estén ‘unidos como los cinco dedos de una mano’” (Miret, 2005: 108). Rosaria encarna un prototipo de matriarca asentada en el imaginario colectivo, con múltiples referentes literarios y filmicos, pero, especialmente, en la realidad de los países mediterráneos.

Debido a las diversas personalidades de los Parondi, y a sus perspectivas en torno a la sociedad en la que tienen que insertarse, no tardan en surgir profundas diferencias entre ellos. Estas se producen en torno a dos posturas, la de “quienes se apegan al progreso y la posibilidad de riqueza y los que han venido exclusivamente a mejorar sus condiciones de vida, sin renunciar a ninguno de sus principios éticos” (Moyano, 2016: 195). Además, el desengaño se convierte en uno de los sentimientos principales en varios de ellos, pues la realidad a la que se enfrentan en Milán es muy diferente de la que esperaban, y siguen añorando Lucania. Otros viven su condición de inmigrantes como un estigma que los pone en el punto de mira, sobre todo debido a su aspecto, y, por ello, intentan modificarlo para evitar el rechazo social. Aunque estos “personajes jamás pierden el referente de sus raíces” (Arranz, 2012: 177), las posturas opuestas de Vincenzo y de Rocco muestran el distinto concepto que tienen de su realidad como inmigrantes. Por otra parte, existe un cierto paralelismo entre el sombrío y hasta turbio Milán con el tormento interior que sufren varios de los personajes (Miret, 2005):

La representación de la familia de emigrantes italianos puede convertirse fácilmente en la representación simbólica de una familia prototípica, y su diseño se propone adquirir una dimensión colectiva. Visconti no sólo describe el problema de la inmigración de las familias del sur hacia la Italia del norte, sino que universaliza el problema y construye un drama social representativo de la suerte que corren todos los emigrantes europeos cuando han de enfrentarse con la crueldad del nuevo universo neocapitalista (Quintana, 1997: 199).

Además de Rosaria, hay dos personajes femeninos principales: Nadia, la nueva vecina de los Parondi, y Ginetta, la prometida de Vincenzo, interpretadas por Annie Girardot y Claudia Cardinale, respectivamente. Ambas son hijas de emigrantes, lombardos en el primer caso y lucanos en el segundo, y reflejan una sociedad en la que unas mujeres tienen que recurrir a la prostitución para poder salir adelante y otras pueden iniciar una vida honesta, pero relegada a los roles de esposa y madre. Así se produce en ellas. Esto constata que los papeles femeninos de los filmes centrados en la migración Sur-Norte suelen responder a estereotipos extremos. Por ello, “se podría decir que la mujer es la gran perdedora en el cine de la emigración interior”, pues a las habituales criadas de la comedia, en el drama realista “oscilará entre el rol de mujer sumisa, sostén de la familia, acompañando al marido y cuidando a los hijos o el de mujer que se pierde en la ciudad y termina por ejercer el oficio más vilipendiado del mundo” (Castiello, 2010: 101). Ginetta y Nadia encarnan la cara y la cruz de una misma moneda.

En cuanto a la pertenencia de esta película al neorrealismo en unos años en los que este estilo perdía presencia, buena parte de la crítica consideró “que Visconti clausuró el neorrealismo con su película-río sobre la migración interior en la que la familia se ve sometida a un exterior hostil y, finalmente, desintegrada a pesar del sentido del arraigo que imprime la *mamma* del sur” (Arranz, 2012: 177). El filme se presentó en el Festival de Venecia de 1960, y, entre otros prestigiosos galardones, obtuvo el premio Especial del Jurado y el premio FIPRESCI de este certamen, a pesar de la polémica con la que fue recibido; el premio David de Donatello a la Mejor Producción; y dos nominaciones a los prestigiosos BAFTA, uno de ellos en la categoría de Mejor Película.

4.2. *Los camaradas* (1963)

La comedia se convirtió en el género narrativo principal del cine italiano en la década de los sesenta. Tradicionalmente arraigada a las costumbres de los italianos, adquirió el rol de “espejo de todos los sarcasmos en un país dominado por el credo vaticanista y el

peso moral de los partidos políticos”, de manera que alcanzó en estos años “un esplendor inigualable” (Font, 2005: 87). Es en su vertiente más mordaz e irónica donde Monicelli sitúa *Los camaradas*, una película enmarcada en este género pero con una significativa carga neorrealista, al mostrar las profundas desigualdades sociales –y de toda índole-, y el injusto destino de los obreros que trabajaban en las fábricas textiles del Turín de 1900, aunque el propio director consideraba que el humorismo nunca era neorrealista (Tirri, 2006). Así, y a pesar de la influencia de la Italia del desarrollismo en los sesenta, el cine evolucionaba hacia otros planteamientos pero sin olvidar de forma estricta algunos rasgos del neorrealismo, bien para darles continuidad, transformarlos o superarlos. El auge de la *commedia all’italiana* –como originalmente fue denominado el género-, se caracterizó por presentar filmes de tipo costumbrista y carácter irónico que solían caricaturizar a los personajes, e impulsó a que la cinematografía italiana se convirtiera en la primera de Europa y en la segunda a nivel mundial, sólo por detrás de Hollywood (Tirri, 2006), como se refleja en los numerosos filmes exportados.

Partiendo de estas premisas, la película se articula en torno a la toma de conciencia, las reflexiones y las actuaciones de un nutrido grupo de obreros que ya no pueden soportar trabajar un total de catorce horas de lunes a sábado –con media para comer-, en una industria turinesa. Movidos por el accidente de un compañero, que se quedó dormido mientras manipulaba una de las máquinas, varios de ellos, entre los que se encuentran el rebelde Raoul y el comedido Martinetti –interpretados, respectivamente, por Renato Salvatori y Bernard Blier-, inician diversos movimientos de protesta contra los responsables de la fábrica. En la forma de reivindicar, el desarrollo de su lucha y la declaración de una huelga que dura un mes para conseguir acortar la jornada laboral, tienen una vital relevancia las aportaciones del erudito profesor Sinigaglia –encarnado por Marcello Mastroianni-, un fugitivo de ideas comunistas que les asesora en el centro de trabajo. De esta manera, la lucha por los derechos laborales, los ideales, el anhelo de una vida mejor, el compromiso y la amistad centran el argumento.

A nivel espacial, Turín constituye la capital industrial de la Italia de finales del siglo XIX, una ciudad que combina patrimonio artístico, opulencia y elegancia, con numerosas fábricas que se convierten en la única salida para los que menos tienen y barrios en la periferia que proliferan alrededor de ellas. La capital del Piemonte se convirtió en una urbe de esperanzas y oportunidades para el masivo número de emigrantes del sur de Italia que se desplazaron allí para salir de la pobreza y de la precariedad existente en sus tierras. Sin embargo, hallaron en la ciudad del norte, y casi sin darse cuenta, una nueva forma de esclavitud: la fábrica. Este éxodo rural favoreció el desarrollo industrial de Turín y, en consecuencia, empezó a propiciar la acusada desigualdad territorial del país; un hecho que se representa a nivel social en los distintos espacios de la ciudad que ocupan los obreros y los turineses. Así, la fábrica textil se convierte en el principal, donde los primeros, en su mayoría inmigrantes oriundos de otras regiones, pasan sus días y se dejan la vida. Su condición humilde se realza en las pequeñas y maltrechas viviendas que ocupan en los suburbios que rodean la factoría, donde, incluso, tienen que vivir diversas familias hacinadas en apenas unos metros cuadrados. Esta realidad contrasta claramente con la suntuosa residencia del dueño de la fábrica, que aparece durante el desarrollo de una fiesta, y cuyos invitados poseen un aspecto y una estética radicalmente opuestos a los de los obreros, o con el lujoso café del centro.

Para subrayar esta dicotomía, y como ocurría en la secuencia inicial de *Rocco y sus hermanos*, destacan las escenas en las que aparecen trenes, cuyas vías tienen que atravesar los personajes cada día para trabajar. Así, “el ferrocarril, siempre admirado por los vanguardistas, nos va llevando progresivamente hacia la ciudad, pasando por diferentes ambientes (el campo, la población dispersa, las fábricas, los barrios obreros) que rodean el núcleo urbano” (Hueso Montón, 2013: 23). Es un medio de transporte que permite conocer el destino –también a nivel metafórico–, de sus pasajeros. De uno emerge el protagonista, Sinigaglia, otro atropella mortalmente a un obrero durante un acto de protesta, y en el último se va Raoul, así que el tren es testigo de la progresión dra-

mática de la historia. Tanto este medio como los citados espacios determinan las diferentes perspectivas de los personajes sobre su realidad laboral:

- Profesor Sinigaglia. De extensa formación e ideario comunista, cree firmemente en el poder de la cultura y de la palabra para acabar con la explotación obrera. Llega desde Génova en un tren del que tiene que saltar porque no lleva billete, ya que es muy pobre y se gana la vida tocando la flauta. Como se constata en otros filmes, “el inmigrante ha buscado cualquier medio de transporte con tal de llegar a la tierra prometida” (Moyano, 2016: 19). Defensor de la causa obrera, representa la esperanza de los oprimidos, a quienes enseña sus derechos y el modo de reivindicarlos, convirtiéndose en un referente educativo para ellos. Su actitud heroica contrasta con su carácter ingenuo e idealista, que le aporta una cierta comicidad. La policía lo persigue por agitador y lo detiene.
- Raoul. Este joven es uno de los obreros más exaltados. De espíritu luchador y muy combativo, está convencido de que él y sus compañeros deben rebelarse contra la opresión de los empresarios y la injusticia laboral que padecen. Sin embargo, desconfía de la ayuda que les brinda el profesor porque considera que no es uno de ellos, sino un intruso de pasado incierto, exquisita cultura y fugitivo, que le genera desconfianza. Sin embargo, al final aproximan posturas y tras su marcha de la fábrica se convierte en un militante sindical itinerante, quien, como Sinigaglia, tiene que desplazarse escondido en trenes.
- Martinetti. De edad madura y talante pacífico, es uno de los tres representantes –dos hombres y una mujer-, elegidos por los trabajadores para comenzar las conversaciones con los gerentes de la fábrica. Es comprometido, pero sobre todo muy humilde y sensato, y, aunque no es idealista, como Sinigaglia, valora y escucha con atención todas sus indicaciones. Aunque sufre la muerte de su orondo amigo Pautasso –encarnado por Folco Lulli-, tras ser arrollado por un tren durante la huelga, no se radicaliza en su postura. Hace todo lo posible por la me-

jorar las condiciones de todos, pero termina volviendo a la fábrica.

- Niobe. Esta joven prostituta –interpretada por Annie Girardot-, es la hija de un obrero que la repudia por su oficio. Ella no quiere dedicarse a la profesión más vieja del mundo, pero es la única alternativa que ha encontrado al explotador trabajo de la fábrica textil. Esto indica que las esperanzas de los inmigrantes al llegar a la ciudad suelen truncarse al descubrir que sólo podrán salir adelante mediante la explotación laboral. Consciente de su precario estatus, Niobe halla en la prostitución una salida; sin duda, otra forma de seguir explotada. Siente admiración y simpatía por el profesor porque la respeta y no la prejuzga.

- Bianca. Esta chica –encarnada por Raffaella Carrá-, representa el contrapunto de Niobe. Trabaja en la fábrica, vive en una minúscula vivienda con su familia, y está resignada con su rol. Ella comparte la lucha por mejorar las condiciones laborales, pero es crítica con la huelga y con el enfrentamiento a los patrones, pues necesita trabajar. Además, aunque inicia una relación sentimental con un joven oficial, se siente atrapada en su precariedad. Durante la protesta final, su hermano Omero –interpretado por Franco Ciolli-, apenas un adolescente, es asesinado por la policía, y ella, desesperada, responsabiliza al profesor.

Estos personajes son perdedores, antihéroes, desheredados, y, en definitiva, víctimas de la explotación laboral y, especialmente, de la injusticia social. Huyen de un mundo desfavorable, el de sus raíces, para poder tener un futuro digno lejos de su hogar, y en Turín sólo encuentran la realidad abusiva de la fábrica, una cárcel del progreso donde tienen que vivir encerrados para poder sobrevivir. La forma en que toman conciencia de esta triste realidad y del abuso al que son sometidos tiene una evolución distinta en función de las personalidades de cada uno de ellos. Así, la exaltación, la prudencia, la huida y la resignación –como manifiestan, respectivamente, Raoul, Martinetti, Niobe y Bianca-, aportan diversos enfoques del conflicto al profesor Sinigaglia, el único que

les brinda su ayuda. Ellos no son dueños de nada, pero ansían prosperar, y, para ello, “los seres atrapados en su cotidianidad deben transformarse en seres conscientes de sus reivindicaciones sociales” (Quintana, 1997: 195). Por otra parte, los empresarios de la fábrica representan la opresión. El gerente es quien tiene que tratar con los obreros, y su firmeza inicial da paso a un cierto paternalismo, pues llega a confesarles que él solo recibe órdenes y que también es un asalariado. Por su parte, el dueño de la industria textil es un anciano burgués, millonario y parálítico, que tiene un carácter implacable, y que, paradójicamente, domina el destino de todos desde su silla de ruedas.

Los camaradas trata la desigualdad, la miseria y la incultura que son derivadas de la emigración Sur-Norte, con una ironía que la convierte en un sainete de la revolución obrera. A pesar de su pertenencia a la *commedia all'italiana*, la dimensión neorrealista de la película la aproxima a *Rocco y sus hermanos*, especialmente en su desenlace. Como sucedía en el drama de Visconti, “con el fatalismo insoslayable de una tragedia, los personajes evolucionan conducidos –cegados, más bien– por las pasiones hasta la autodestrucción” (Miret Jorba, 1989: 116). Aunque se encuentra entre dos tendencias cinematográficas, se puede afirmar que, quizá debido a la dirección de Mario Monicelli –uno de los principales exponentes de la comedia–, la película supone la superación definitiva del neorrealismo. En cuanto a su repercusión internacional, consiguió estar nominada al Oscar al Mejor Guión Original siendo una producción italiana.

5. Reflexiones finales

El cine, debido a su carácter popular, a su poder testimonial para reflejar la vida y a su capacidad de representación mediante imágenes, constituye una forma de expresión, un vehículo artístico y un medio de comunicación que se antojan fundamentales para plasmar los cambios y la evolución de la sociedad. En este sentido, los movimientos migratorios han contado, y cuentan en la actua-

lidad, con un aliado en la gran pantalla, que los ayuda a poner en valor la realidad social de los desplazados. Por este motivo, se puede afirmar que “el cine se encuentra profundamente arraigado en la sociedad en la que surge y que, por esto, puede considerársele como un recurso para conocer y comprender determinadas situaciones de esa misma sociedad” (Hueso Montón, 2009: 105). Esta idea afianza el nacimiento y el desarrollo de un estilo cinematográfico tan particular como el neorrealismo en los años inmediatamente posteriores a la II Guerra Mundial. En su apuesta por reflejar el sufrimiento y la miseria de la sociedad italiana de la época, el movimiento neorrealista reflejó la dura realidad del éxodo rural.

Las migraciones Sur-Norte italiana, al igual que sucedió en otros países de la Europa mediterránea, como España, aumentó la desigualdad territorial, y tuvo dos momentos de gran protagonismo: la segunda mitad del siglo XIX y la década de los cincuenta. De esta manera, el abandono del lugar de origen, el enfrentamiento a una nueva vida, el trabajo industrial, los peligros de la ciudad, y la pobreza y anhelos de los inmigrantes, se convirtieron en temas de interés para el cine que defendía el neorrealismo. Así se reflejó en algunos de los filmes más destacados y determinantes de este estilo

Las películas analizadas constituyen dos de las principales obras de sus respectivos cineastas. En ellas están presentes los citados temas y, además, presentan a Milán y a Turín como los principales destinos industriales de Italia, con sus luces, pero, sobre todo, sus sombras, para un número muy elevado de ciudadanos que se ven obligados a emigrar, especialmente desde el sur. Rodadas en blanco y negro para enfatizar la oscuridad y la sordidez de la periferia donde sus protagonistas viven, reflejan la lucha y la desesperanza de estos, y sus intentos por salir delante de forma digna. De esta manera, muestran a unos personajes, tanto masculinos como femeninos, de distintas edades, personalidades e inquietudes, y repletos de matices, que permiten exponer de manera amplia los diversos temas que se plantean y los diferentes puntos de vista de su condición de inmigrantes. En consecuencia, las migraciones no se presentan como la solución a la precariedad, sino como una vía para luchar por la supervivencia.

Además, se trata de unos protagonistas de plena actualidad, pues la incompreensión de los desplazados en el lugar que los acoge, la dificultad para adaptarse en una nueva sociedad, o el desprecio que sufren al ser considerados incultos por su origen, siguen vigentes cincuenta años después de aparecer en la pantalla por primera vez. Así se constata en filmes actuales que reflejan esta misma situación, pero no en un país del considerado primer mundo, como Italia, sino en otros de los denominados periféricos, donde, debido a conflictos políticos, económicos o bélicos, los movimientos migratorios son la única salida y los refugiados se convierten en los personajes principales. Ambos filmes son dos notables ejemplos del cine social realizado en un momento en el que la hegemonía del neorrealismo empezaba a dar paso a las posibilidades de la comedia.

Bibliografía

- ARRANZ, D. V. (2012). *Las cien mejores películas sobre migración*. Madrid: Cacitel.
- CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, D. (2009). “Neorrealismo italiano”. *FRAME. Revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, 4. Recuperado de <http://fama2.us.es/fco/frame/frame4/index.html>
- CASTIELLO, C. (2010). *Con maletas de cartón. La emigración española en el cine*. Donostia/ San Sebastián: Tercera Prensa.
- EIRAS ROEL, A. (2009). “Las grandes migraciones de la transición demográfica”, en HERNÁNDEZ BORGE, J. & GONZÁLEZ LOPO, D. (Eds.). *La emigración en el cine: Diversos enfoques*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 17-59.
- FONT, D. (2005). “Amore e rabbia. El moderno cine italiano”, en MONTERDE, J. E. (editor). *En torno al nuevo cine italiano. Los años sesenta: realismo y poesía*. Valencia: Institut Valencià de Cinematografia Ricardo Muñoz Suay, Festival Internacional de Cine de Gijón, Centro Galego de Artes da Imaxe y Filmoteca Española, pp. 81-101.
- GARCÍA GÓMEZ, F. y PAVÉS, G. M. (Coords.) (2014). *Ciudades de cine*. Madrid: Ediciones Cátedra.

- HERNÁNDEZ BORGE, J. & GONZÁLEZ LOPO, D. (2009) (Eds.). *La emigración en el cine: Diversos enfoques*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- HUESO MONTÓN, Ángel Luis (2013). “Ciudades europeas ante el objetivo de la vanguardia”, en CAMARERO GÓMEZ, Gloria (Ed.), *Ciudades europeas en el cine*. Madrid: Ediciones Akal, pp. 15-26.
- HUESO MONTÓN, Ángel Luis (2009). “Grandes corrientes migratorias y su reflejo cinematográfico”, en HERNÁNDEZ BORGE, J. & GONZÁLEZ LOPO, D. (Eds.). *La emigración en el cine: Diversos enfoques*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 95-105.
- MARÍ SÁEZ, V. (2010). “El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios”. *RAZÓN Y PALABRA*, 71. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI_REVISADO.pdf
- MIRET, R. (2005). *M, el vampiro de Düsseldorf. Rocco y sus hermanos*. Barcelona: Libros Dirigido. Colección Programa Doble.
- MIRET JORBA, R. (1989). *Luchino Visconti. La razón y la pasión*. Barcelona: Dirigido por.
- MONTERDE, J. E. (2005). “La dimensión industrial del ‘Nuevo Cine Italiano’”, en *En torno al nuevo cine italiano. Los años sesenta: realismo y poesía*. Valencia: Institut Valencià de Cinematografia Ricardo Muñoz Suay, Festival Internacional de Cine de Gijón, Centro Galego de Artes da Imaxe y Filmoteca Española, pp. 71-79.
- MOYANO, E. (2016). *La piel quemada. Cine y emigración*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- QUINTANA, A. (1997). *El cine italiano, 1942-1961. Del neorrealismo a la modernidad*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- QUINTANA, A. (2005). “El legado del padre o la vigencia del neorrealismo en la modernidad”, en MONTERDE, J. E. (editor). *En torno al nuevo cine italiano. Los años sesenta: realismo y poesía*. Valencia: Institut Valencià de Cinematografia Ricardo Muñoz Suay, Festival Internacional de Cine de Gijón, Centro Galego de Artes da Imaxe y Filmoteca Española, pp. 13-44.
- SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis (2005). *Historia del cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid: Alianza Editorial.

- SERVADIO, G. (2014). *Luchino Visconti. Biografía*. Madrid: Torres de Papel.
- TIRRI, N. (2006). *Habíamos amado tanto a Cinecittà*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- VEGA, R. (2010). “Secuencias de nuestras vidas anteriores. Cine, historia y convivencia”, en CASTIELLO, C. *Con maletas de cartón. La emigración española en el cine*. Donostia/ San Sebastián: Tercera Prensa, pp. 13-21).

Biografía

Valeriano Durán Manso
 Universidad de Cádiz
 valeriano.duran@uca.es

Profesor acreditado Contratado Doctor en el Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz, Doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla y Licenciado en Periodismo por la misma Universidad. Es investigador del Grupo de Investigación en Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales en su historia para el cambio social (ADMIRA) del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla. Sus líneas de investigación se articulan en torno a las adaptaciones cinematográficas de Tennessee Williams, la construcción y el análisis del personaje audiovisual, el cine clásico, la historia del cine español, y el cine como reflejo de la historia de la educación.

EPÍLOGO ABIERTO

“¿Cuánta tierra necesita un hombre?”

La denuncia de las quimeras del desarrollo: un principio en el pensamiento decolonial

MANUEL CHAPARRO ESCUDERO

Catedrático de periodismo de la Universidad de Málaga

Director de EMA-RTV

El cuento del desarrollo

Seguramente recuerden el cuento que Lev Tolstoi escribió en 1886: “¿Cuánta tierra necesita un hombre?”, en el que un campesino llamado Pajom se encuentra ante la soñada oportunidad de poseer tanta tierra como pueda caminar en un día, siempre y cuando regrese al punto de partida antes de que el sol se oculte en el horizonte. Animado por los *bashkirios*, propietarios de la tierra, inicia su marcha con la salida del sol, de manera que a la hora del desayuno ya ha abarcado tanta tierra como desea. Como es temprano, decide seguir caminando, ampliando así su futura propiedad, pero a cada hora que pasa anhela tener más y acelera su marcha para aprovechar el tiempo que resta. Aunque ya tiene más tierra de la que necesita, la ambición le puede. Finalmente, alcanza su objetivo y a la puesta del sol llega al punto de partida, tan agotado por el esfuerzo que fallece en el instante y su logro es vano.

La ambición personal del campesino está reñida con las necesidades reales y los límites impuestos por la propia naturaleza. En

términos de huella ecológica a cada habitante del planeta sólo le corresponden cerca de 1,8 hectáreas de tierra, pero esta realidad es contrapuesta a las exigencias del modelo de desarrollo. En un país como España, sus habitantes usan más de 5 hectáreas, por lo que se necesita cinco veces su tamaño para mantener los actuales estándares de vida en términos de consumo y desarrollo. EEUU necesita hasta 9,4; Suecia, 5,1; Dinamarca, 8; Nueva Zelanda, 7,7; Noruega, 6,9; Francia, 4,9 y Alemania 4,2. Todos estos países, presentados como modélicos obtienen el exceso de sus recursos en otras partes del planeta contribuyendo al empobrecimiento de muchas economías y sus ecosistemas. ¿Cómo reproducir, entonces, en otros lugares estos niveles “ejemplares”, que superan su propia capacidad y requieren la ocupación de otros? No es necesario decir que esta circunstancia hace imposible la justicia social y que obviamente el modelo no puede ser universalizable.

De alguna manera, los países desarrollados se comportan como el campesino del cuento de Tolstoi. Aunque los valores de media son odiosas y no todo el mundo usa el mismo número de hectáreas en un mismo país, la realidad es que el uso de recursos más allá de los límites recomendados es infinitamente mayor en esa parte del mundo que convencionalmente llamamos *países desarrollados*, un término caduco, mal definido y que en realidad sólo diferencia a las sociedades insanas en su obesidad económica y consumista, de aquellas que no lo son. Abarcar más tierra (recursos) de la que corresponde para vivir y mantener el estatus en términos de calidad de vida-consumo, lo que supone reconocer la asimetría de derechos, impide que otros países y pueblos a los que se intenta redimir de su ‘pobreza’, alcancen algún día los objetivos de ser sociedades equiparables a las ‘desarrolladas’.

No es correcto hablar de pobres sino de empobrecidos, pues en muchas culturas y en ciertas órdenes religiosas y corrientes filosóficas la pobreza corresponde a una renuncia voluntaria, individual o colectiva, a lo material innecesario o superfluo para vivir. En cambio, el empobrecido se fabrica; es el resultado del abuso, la ocupación y la apropiación, y está inevitablemente unido a la es-

tigmatización, al desprecio cultural, la ausencia de solidaridad comunitaria y la despreocupación por la otredad. La pobreza inducida, o sobrevinida, imposibilita la realización personal, tal como dice Sen (2003), es la imposibilidad de disponer de los recursos económicos que permitan acceder al alimento, la sanidad, la educación y la satisfacción de los derechos culturales, a consecuencia de la incumplida redistribución de la riqueza.

El desarrollo, como premisa salvadora, es una quimera que en su historia de setenta años sólo ha agrandado aún más la brecha entre enriquecidos y empobrecidos, garantizando a perpetuidad el mantenimiento de los principios coloniales del siglo XV, orientados al ensanchamiento de las fronteras físicas y del pensamiento. El actual neocolonialismo surgido a mediados del siglo pasado se sostiene por el control que ejercen los organismos internacionales responsables de imponer las directrices político-económicas a los gobiernos, así como, por la aceptación e implantación hegemónica de un pensamiento nacido de un racionalismo dogmático y cortoplacista, que alimenta la ambición de vivir para progresar, vivir para crecer y vivir para trabajar; al margen de la lógica natural.

La dominación se ha construido e implementado en el último siglo usando las estrategias de siempre: la conquista por las armas, la institucionalización en los modelos educativos de unas ideas presentadas como las únicas válidas y la imposición generalizada de estas “verdades” a través de la propaganda de los medios de información como constructores de un escaparate de seducción capaz de eliminar y estigmatizar cualquier disidencia.

La construcción de una ética del pensamiento decolonial, debe intervenir en los imaginarios que construyen los medios y en el fomento de un modelo educativo que genere un pensamiento crítico que tenga como obligación plantear la “demolición epistemológica”, la “desobediencia epistémica”, de la denuncia del modelo que ha construido un conocimiento dominante impositivo (Mignolo, 2007; de Souza, 2011; Torrico, 2015; Chaparro, 2015, Castro-Lara, 2016).

Denunciar sin ambigüedad el desarrollo

Criticar el capitalismo entraña el riesgo de ser descalificado, o calificado como comunista, anticapitalista o antisistema, conceptos que no significan lo mismo aunque se usen como si lo fueran. No estamos necesariamente ante un problema de ideologías políticas, lo que resultaría muy simplista, pues el antisistema denuncia la obvedad, los fallos del sistema, y propone soluciones que van más allá de la mera resistencia. Es la proposición y la acción de estos movimientos, no la simple crítica, la que pone en marcha los mecanismos de ultradefensa militar del mercado, que convierte a los estados en sus escuderos al pretender identificar la disidencia, exclusivamente, con la violencia. El antisistema, puede ser un excluido inconforme o un incluido crítico, pero consecuente y contrario al insolidario sistema de expulsión social construido para beneficio de una minoría (Chaparro, 2015, p. 174), denuncia la obvedad de un fracaso y manifiesta tanto la necesidad de la resistencia discursiva como de la proposición (Wallerstein, 2014). Intentar vincular la actitud del disidente con la violencia es un error de interpretación, Gandhi fue un disidente tenaz y pacifista, un antisistema que puso en jaque el sistema colonial, como también lo fue Martin Luther King.

Los principios disidentes y decoloniales han estado presentes en foros como el de Portoalegre, en los movimientos campesinos y ciudadanos que promovieron algunos de los nuevos gobiernos latinoamericanos de principios de siglo, si bien sus agendas se han visto frustradas por la presión exterior, el golpismo mediático y económico de las oligarquías y una lectura decimonónica desde el poder de los principios de la modernidad y el progreso, llegando a quebrar las alianzas de los movimientos populares que les apoyaban.

Las críticas al actual modelo, construido con valores mercantiles desde intereses hegemónicos, están relacionadas con problemas epistemológicos y con la necesidad de hacer historiografía crítica para construir principios decoloniales. La pregunta que surge entonces es: ¿puede la comunicación-información jugar un papel es-

tratégico en la transformación social? Seguramente, de la misma manera que su manipulación ha contribuido a la fijación de las verdades mentirosas sobre las que vivimos.

Pocos están de acuerdo con el orden existente, pero se asienta sobre estructuras de poder que penetran todas las instancias de gobierno. Para la mayoría social son más los retrocesos que los avances en sus conquistas, pero el resultado de la medición de indicadores económicos superficiales estimulados por el FMI y el BM, como por ejemplo el PIB o la renta per cápita, no repercuten en un reparto equitativo que es cada vez más desigual. Aún así, se sigue propagando como inevitables las mejoras que vendrán de la aplicación de las políticas de austeridad impuestas. Como decía Frei Betto (2011): una cosa es que habiendo diez gallinas y diez personas, toque a gallina por cabeza, y otra muy diferente lo que refleja la realidad, pues lo más probable es que una persona tenga nueve gallinas y las demás se tengan que repartir la restante. La macroeconomía siempre dirá que hay diez gallinas y que la renta es una por cabeza.

Las críticas al desarrollo existen desde el mismo instante de su formulación, como metáfora que equipara el crecimiento evolutivo biológico; la adaptación silenciosa de la naturaleza a ecosistemas de complejos equilibrios, con el crecimiento económico. El desarrollo hoy, gracias a la agenda de gobierno impulsada por Truman, es percibido exclusivamente como crecimiento económico, orientado a alcanzar niveles de compulsión consumista que garanticen un nivel de vida estandarizado, definido por los intereses de aquellos que necesitan ampliar mercados y márgenes de beneficio hasta el infinito.

Para Martín Barbero, el desarrollo resultó ser una versión renovada de la idea de progreso, y la democracia un subproducto de la modernización (1987, p. 193). El progreso no es más que una invención destinada a poner metas que, como antídoto antientrópico, no demuestra ninguna eficacia, nuestra sociedad debe superar la fe en el progreso, que al igual que la modernidad, forma parte de un mito que debe ser desmitificado (Gray, 2014, p.15). Como lo expresa Zaid: “Ningún progreso parece hoy más urgente

que superar la vieja voluntad del progreso (...) hacerlo progresar, enfrentándolo a sus resultados, ante la evidencia del suicidio universal al que nos conduce” (2004, p. 13).

La agenda del desarrollo tenía en su ADN expandir y apropiarse de mercados para generar y controlar el consumo, incrementar la capacidad-necesidad de compra de cualquier sociedad e incentivar el crédito fácil para el beneficio de los bancos y de las corporaciones, todo lo demás, derechos humanos, libertad de expresión, justicia social, sanidad y educación universal, son efectos colaterales, no objetivos de su acción. Basta mirar el mundo actual para percibir que las políticas de desarrollo han aumentado las desigualdades de forma exponencial en todos los lugares y no han brindado los beneficios deseados ni siquiera en las sociedades desarrolladas. Antes de la crisis de 2008, el empobrecimiento castigaba a más de 60 millones de personas en la UE y a más de 43 en EE.UU (*Income and Poverty in the United States: 2015*, Oficina del Censo de EE.UU).

La acumulación en pocas manos de los recursos del planeta — el 10% de la población mundial posee el 86% de los mismos, mientras el 70% más pobre, más de 3.000 millones de adultos, sólo cuenta con el 3% (Informe OXFAM, 2015)—, se une a la evidencia de que un planeta finito no puede tener un crecimiento permanente tendente al infinito. Como recuerda Illich, la estrategia correcta es detener el crecimiento, pues el modelo de desarrollo es reproducible pero no universalizable y ante la obesidad de determinadas economías, lo obligado es iniciar el camino del decrecimiento, tal como lo explica en su tesis; “la estrategia del caracol”: la economía debe comportarse como este animal, cuya concha crece justo hasta donde lo necesita su cuerpo, a partir de lo cual dibuja espirales decrecientes para no resultar aplastado por su propio peso; “los problemas del sobrecrecimiento se multiplican en progresión geométrica, mientras que la capacidad biológica del caracol sólo puede, en el mejor de los casos, seguir una progresión aritmética” (2005, p. 291).

No existe voluntad de contribuir a corregir los desequilibrios, restablecer los derechos y generar una economía real basada en la

ética del bien común. La explotación sin límite de los recursos del planeta tiene como destino satisfacer las necesidades de las sociedades obesas y no garantizar el prometido desarrollo.

Manifiestar este disenso no supone una actitud insensata ni criminal, como pretenden algunos, radiografiar los desacuerdos para denunciar los consensos insensatos que han puesto el planeta al borde del abismo es el camino para construir nuevas propuestas. No hay consensos sin disensos, y si éstos últimos no se expresan, o se reprimen, sólo existirá imposición disciplinaria. La utilidad del disenso y su aportación a la crítica de la modernidad y a la Teoría Crítica Posmoderna, siguiendo a Alberto Buena (2016) es el reconocimiento de la diversidad. Lejos de ocultar y estigmatizar, los disensos deben ser visibilizados para convertirse en verdaderas oportunidades que permitan repensar el rumbo.

La diplomacia internacional, no construye consensos, los impone. Los organismos internacionales instruyen consensos sin oír a la ciudadanía. En qué foros ciudadanos al margen de los cauces de la corrección política instrumentalizada se ha debatido la nueva agenda de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) aprobada en 2015, tras el fracaso de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM, 2000-2015). El consenso político y los medios de información controlados por los intereses de las corporaciones continúan haciendo un discurso comprometido en el combate de la desigualdad, pero sin alterar ni una coma la agenda desarrollista, una paradoja tautológica.

Una sociedad que trabaje por el bien común debe abandonar el *buenismo caritativo*, el deseo de salvar a otros pueblos, si antes no está dispuesta a denunciar y renunciar a sus privilegios. La ciudadanía debe exigir justicia social universal y expresar sin miedo su disenso sobre un sistema genocida, repensando y modificando sus hábitos.

Así como la agenda de los ODM fue un fracaso anunciado, los propósitos de los ODS no conducen a ningún sitio al no incidir en la causa de los problemas, limitándose a decretar las enfermedades que se deben extinguir sin afrontar la profilaxis necesaria. Como resultado sus vacunas terminan siendo placebos que matan.

Una agenda para solucionar los verdaderos problemas de la humanidad debe enfrentar: el fin de la industria del armamento, de los paraísos fiscales, de la economía especulativa, de las tecnologías sin utilidades probadas porque agotan los recursos (Küng, 2006), de la dietética digital (Sampedro, 2016), y debe asegurar la prestación de los servicios públicos básicos, la soberanía local, el comercio de kilómetro cero (KM0) en el consumo de bienes y, lógicamente, la distribución de la riqueza desde el criterio de la suficiencia. Debe considerar los movimientos sociales y los cooperativistas, la Cumbre de los Pueblos, las comunidades indígenas, la soberanía alimentaria, energética y de los recursos esenciales. Sólo sobre estas bases se puede construir un pensamiento decolonial para nuevas economías pensadas desde lo local. Lo decolonial también trasciende el debate clásico de vencer imperialismos culturales para rescatar expresiones propias, lo decolonial es una necesidad de transformación y rescate de las formas de relacionamiento con la naturaleza.

Los camuflajes del desarrollo

Las denuncias del desarrollo fueron siempre minimizadas, reorientadas, redefinidas y convertidas en pleonasmos sin sentido: desarrollo humano, desarrollo local, desarrollo sostenible, desarrollo verde... Las piruetas han sido múltiples y siempre engañosas, modas camaleónicas que contaminan la episteme misma. Así, por ejemplo, los dos últimos calificativos se muestran exitosos dialécticamente aunque en nada contribuyan a transformar el modelo.

El sentido de la sostenibilidad es el de llegar hasta el límite mismo del abismo para sostener el crecimiento. La sostenibilidad es un peligrosísimo ejercicio de funambulismo para la humanidad, impuesto por la gula insaciable de una minoría. Este concepto, que surgió en las Naciones Unidas, en la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (Informe Brundtland, 1987), fue introducido por las corporaciones para maquillar el modelo desarrollista y seguir alimentando un sistema económico injusto.

A finales de los años setenta el concepto *desarrollo sostenible* se usaba de manera generalizada para minimizar las críticas al desarrollo, pero en 1972, en la Conferencia de Estocolmo, se adoptó un nuevo término que venía a reforzarlo, la sostenibilidad debía basarse en el “ecodesarrollo”. El término no fue introducido por los ecologistas sino por el lobby industrial estadounidense, con el apoyo de Kissinger. Cualquier calificativo sirve de maquillaje para mantener, a toda costa, la agenda del desarrollo. El objetivo de la sostenibilidad es mantener cuotas de crecimiento permanentes “sin sacrificar las generaciones futuras”, según se dice en sus postulados, pues tiene como base un principio bien sencillo: todo lo obtenido de los ecosistemas debe igualar a su reposición y regeneración. Ya sabemos que difícilmente los ecosistemas pueden responder a esta exigencia, y que reponer o regenerar en la misma medida en que se “recolecta” significa, en muchos casos, ignorar la imposibilidad de recuperar la cadena evolutiva que generó un hábitat único y necesario a lo largo de miles de años.

El economista y ecólogo Herman Daly sostiene, en sus “Criterios operativos para el desarrollo sostenible”, que hablar de desarrollo sostenible es posible siempre que no sea desde un crecimiento sostenible: “Una economía puede crecer sin desarrollarse o desarrollarse sin crecer [...] Puesto que la economía humana es un subsistema de un ecosistema global finito que no crece, aunque se desarrolle, está claro que el crecimiento de la economía no puede ser sostenible en un período largo de tiempo” (2003). La sostenibilidad, tal como la definió el economista defensor de la bioeconomía, Georgescu Roegen (1971), no es más que una nana encantadora: sus límites hace tiempo que se desbordaron, pues la huella ecológica actual dobla la capacidad del planeta, y ha terminado reducida a la ausencia de reparto y la construcción de muros físicos y mentales contra “el otro”.

El desarrollo verde, el capitalismo verde y la economía verde, planteados en la agenda de discusiones sobre Cambio Climático, han terminado implicando: el respaldo a las empresas promotoras de los transgénicos, la administración de los recursos de la naturaleza por empresas privadas, la permisividad en el robo de paten-

tes a sus dueños ancestrales por parte de la industria farmacéutica y la explotación irracional de los recursos con la excusa de favorecer el empleo. Este enfoque privilegia a los mercados e implica un nuevo ordenamiento discursivo y geopolítico (Ribeiro, 2011), de manera que centrar las inversiones en el llamado “capital natural” hace que la biodiversidad y los ecosistemas que nos alimentan y soportan la vida corran aún más peligro. La naturaleza no es capital y debe dejar de ser contemplada como un valor monetario especulativo.

Reivindicaciones y alteridad

Frente a estos criterios suicidas, la economía ecológica considera la economía como un subsistema dependiente de un ecosistema global finito. La economía ecológica cuestiona la sostenibilidad o sustentabilidad de la economía, por los fuertes impactos ambientales producidos por la continua demanda de materias primas y de recursos energéticos; se interesa por la relación de los derechos de propiedad y la gestión de recursos naturales, y busca indicadores nuevos que superen la contabilidad macroeconómica (Martínez Alier, 2004).

La alternativa la encontramos en la alteridad, es decir, en el otro¹ y sus propuestas de alteración de la realidad, pues en ésta están presentes principios decoloniales surgidos desde abajo: campesinos, indígenas y herederos de las economías precapitalistas, que han aliado sus esfuerzos en defensa de su economía de vida. Este ecologismo de los pobres surge como un movimiento social ante los conflictos y desastres ambientales derivados del crecimiento económico y la desigualdad social (Ibid), y en contraste con las otras corrientes ecológicas, como el “culto a lo silvestre”; que está más atento a la biología de la conservación, o la ecoeficiencia, que sólo se preocupa por la sustentabilidad del actual modelo económico.

Estar de acuerdo con los argumentos opuestos al desarrollo, una vez vistos los desastres ocasionados, abre una discusión manifes-

tada en dos corrientes. La primera propone reformar, o redefinir, el concepto de desarrollo y empezar de nuevo, lo cual ya se ha intentado, constatando su fracaso: la Coca-Cola seguirá ofreciendo el mismo contenido aunque cambie su nombre. La segunda opción es desmarcarse y fijar un nuevo rumbo orientado al bien común; las tesis expuestas por Vía Campesina y los movimientos indígenas organizados en la Cumbre de los Pueblos, los desheredados del sistema.

Está claro que debemos propiciar el adelgazamiento de los países desarrollados, es decir, devolver las hectáreas usurpadas. Una parte del mundo, justamente la que no para de crecer, no necesita seguir haciéndolo pues tiene todo lo deseable, por lo que debe empezar a repartir mejor y decrecer. Un grafiti en el barrio de Saint Gilles, en la Bruselas de los inmigrantes, mostraba la avaricia del sistema con esta frase: *C'est parce que nous avons ce que nous avons, que nous voulons tout, le reste!* Volvemos al síndrome del campesino de Tolstoi: aspirar a tener mucho más allá de lo realmente necesario.

Nuestro fin como especie no es otro que cubrir las necesidades satisfactoriamente y poder apreciar la felicidad en la vida cotidiana, pero el PIB y la satisfacción vital no miden el mismo tipo de utilidades: la felicidad no se fundamenta en la capacidad de comprar, por más que el desarrollo se empeñe en ello, cantidad no es calidad, y opulencia es más apariencia que satisfacción. Como dice Jakson: “Somos felices cuando las cosas van bien, e infelices si van mal; hay una conexión obvia entre prosperidad y felicidad. Esto no quiere decir necesariamente que la prosperidad sea lo mismo que la felicidad” (2011).

Los dos factores que más inciden en la felicidad, como parámetro de bienestar subjetivo, son las relaciones de pareja y familiares, y la salud, factores que suponen más del 70 por ciento, seguidos del lugar donde se vive, el dinero y las amistades. Las encuestas realizadas llegan a las mismas conclusiones que ya expuso Amartya Sen (2005) al reivindicar la necesidad de un hogar, un entorno familiar y de amistades, una forma digna de acceder a los recursos para vivir y una vida sexual plena, como garantías de una buena vida. La felicidad es algo más que la ilusión de satisfacer lo que se

desea, pues si se sigue esta premisa la felicidad queda confinada al futuro, de manera que siempre hay que conquistar algo más para conseguirla, sin que ésta llegue. La felicidad es un estar, por ello la episteme perdida de *vivir la vida* debe ser recuperada y fortalecida desde la experiencia y el aprendizaje del mestizaje cultural.

La solución a los problemas, a la imposibilidad de que las utopías florezcan y a la superación de quimeras, debe llegar desde la construcción de una agenda orientada al bien común, para ello es obligatorio trabajar una historiografía que permita reconocer y sentar nuevas bases epistemológicas desde principios decoloniales. No es fácil, pero todo camino se hace al andar, como decía el poeta Antonio Machado.

La contaminación mediática

El uso y abuso de los medios de información para la propaganda de falsos ideales es, como hemos manifestado, una de las principales causas de que no se hayan asumido los problemas detectados y ampliamente documentados desde el siglo pasado con la globalización económica y las estrategias desarrollistas. Las utopías democratizadoras del Informe MacBride (1981) fueron vencidas por las quimeras de un capitalismo ajeno e insensible al drama humano y la destrucción de los ecosistemas. El control de los medios por las corporaciones, que ejercían como propietarias de las estructuras de poder, facilitó que EEUU y Gran Bretaña, como aliado, dinamitaran cualquier opción que permitiera una democratización de las telecomunicaciones, las tecnologías de la información y los medios para difundir otras realidades, alternativas, disidencias y oportunidades. La descolonización del latifundio mediático es fundamental para la decolonización de los imaginarios.

Los medios deben tener un uso cívico, orientado a la construcción social. Democratizar el acceso de la ciudadanía a los medios y enseñar la verdadera utilidad de los mensajes para crear valores son obligaciones ineludibles. Del mismo modo, seguir enseñando en nuestras universidades estrategias de márketing y publicidad

para convertir espacios públicos de encuentro en centros de consumismo en los que la compra no satisface una necesidad real, es insensato e irresponsable.

¿Qué se comunica? ¿Cómo? ¿Quién establece el principio de noticiabilidad? son principios que constituyen la esencia del problema. Los medios de información consiguen el doble efecto de alertar e insensibilizar: lo que ocurre no incumbe a nadie, no forma parte de nuestra individualidad, nadie es responsable; todo se representa alejado de cualquier opción de intervención ciudadana y cuando surge la contestación se recurre al discurso de la desmovilización y de la corrección política. Todo queda al otro lado de las pantallas, en esa frontera imaginaria que construye el medio ante la realidad mientras se mantiene la apariencia de normalidad con disputas intrascendentes entre estadistas. La desinformación y la manipulación hace tiempo que se han convertido en norma, aunque parezca algo nuevo bajo el paraguas de la postverdad.

Decolonizar la forma de pensar, actuar e interpretar el mundo exige disentir acerca de las tesis de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, otra propuesta engañosa generada para mantener el modelo, un oxímoron mayúsculo centrado en la idea de que el crecimiento económico es la solución a todos los problemas, tal como ocurrió con la Educación para el Desarrollo. Ni la educación, ni la comunicación, necesitan adornos: la comunicación es intercambio entre iguales, en las mismas condiciones, y sirve para empoderar, verbalizar los sueños, pensar, decir y hacer. La educación, por su parte, es transmisión de habilidades de vida, valores, formas de supervivencia, formas de pensamiento y formas de conocimiento. ¿Qué tiene que ver esto con el desarrollo tal como se entiende hoy? Como decía Albert Camus, nombrar mal las cosas sólo sirve para empeorar los males del mundo.

La Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social fue una estrategia elaborada a partir de los años cincuenta en EEUU para imponer los principios de la economía capitalista. Los críticos latinoamericanos hablarían de la necesidad de un desarrollo endógeno, frente al exógeno, para salir del fracaso (Cardoso & Faletto, 1977), de manera que Beltrán traslada la idea al concepto de co-

municación endógena. Sin embargo, esta mirada endógena no partía de una episteme diferente y propia que alterara el modelo de la economía especulativa. Como bien dice Torrico, es necesaria “una comunicación para salir del desarrollo” (2009). Llegados a este punto resulta más pertinente hablar de una Comunicología de la Liberación, siguiendo el pensamiento de Beltrán. Sin embargo, hay que tener en cuenta que las críticas de Luis Ramiro Beltrán al modelo, siendo certeras, pierden de vista que las rutas trazadas para la “liberación” eran erráticas, al igual que el discurso de Díaz Bordenave; insistía en “otro desarrollo”, es decir; en poder redefinirlo. Discursos válidos y valientes en sus contextos pero que necesitan una reactualización, poner el cuerpo ante los evidentes fracasos.

Los medios de información, y en general la llamada industria cultural, lejos de ayudar a soñar en la construcción de un nuevo relato, alimentan la visión de un mundo distópico, en ruinas, sin capacidad de sobrevivir y en total orfandad. ¿Cómo es posible que triunfen los videojuegos que simulan guerras y desafían a matar? ¿Cómo es posible que las series de éxito de la televisión mundial giren en torno a la necrofilia y la desesperanza antes que en la biofilia? ¿Quién se sorprende del empeño de los jóvenes, y los no tan jóvenes, en la ilusión de la guerra y la violencia sin más? Convertir en moda y estética la precariedad, la miseria y el empobrecimiento resulta insultante y peligroso, porque nos aleja de la percepción de la realidad: que de los 7.400 millones de seres humanos que habitan este planeta, más del 60% pasan hambre y sufren malnutrición.

Sin propuestas, ni alternativas, la locura bélica, terrorista y delictual se instala como respuesta al hartazgo, la desesperación o el simple hastío. Pensar con las vísceras del vientre se vuelve más urgente que hacerlo con las de la cabeza. Los narcos colombianos o mexicanos, como los de otras regiones, se convierten en héroes populares aplaudidos por quienes viven oprimidos en la miseria, simplemente porque han salido de sus barrios y en ellos reconocen el desafío a gobiernos corruptos que amparan la impunidad (véanse los casos de Escobar y el Chapo Guzmán). El terrorismo de grupos radicalizados e integristas encuentran terreno abonado en el desastre mismo del abuso colonial y el neocolonialismo desarro-

llista. La violencia nunca estará justificada, pero en ausencia de justicia y de expectativas surge el mejor caldo de cultivo.

La virtualidad digital sustituye la ausente experiencia vicaria, a la que convierte en un simple juego o una fantasía de la realidad, y alimenta la violencia y la desempatización con la vida. Los medios y los juegos no educan pero impregnan y socializan comportamientos y el déficit democrático de los primeros favorece la desmovilización y la apatía social. No existe una preocupación por medir la rentabilidad social de los contenidos; el principio de que “la gente ve lo que quiere” se concibe como una manifestación de libertad y no como la simple constatación de que el morbo y la casquería resultan provocadores. En cambio, la noción de servicio público como utilidad social es denunciada como una “ñoñez” que impide el desarrollo del libertinaje del mercado.

La creación y presentación de un mundo distópico parece alimentar a propósito ese imaginario de catástrofes inevitables para hacer crecer la resignación, “todo puede ser peor” y no hay expectativas que no pasen por el uso de las armas. Recuperar la utopía decolonial implica recuperar la biofilia frente a necrofilia, el amor por la vida, no por el derecho a la vida sino a vivirla, como decía el escritor, filósofo y economista José Luis Sampedro. Aunque no creamos en las conspiraciones, la realidad no engaña: existe una estrategia que favorece intereses muy particulares, a la que los gobiernos no son ajenos. En *Los nuevos amos del mundo*, Jean Ziegler daba pruebas irrefutables de cómo las corporaciones intervienen en las decisiones políticas manejando los gobiernos y las instituciones internacionales. En 1972, el Club de Roma advertía de la imposibilidad de cumplir las agendas benefactoras y hablaba de los límites del crecimiento, lo mismo que diría con más contundencia el informe “¿Qué hacer?”, elaborado por la Fundación Dag Hammarskjöld, encargado por la Comisión de Medio Ambiente de las Naciones Unidas en 1975.

¿Cómo alcanzar los Objetivos del Desarrollo Sostenible, “erradicar la extrema pobreza, combatir la desigualdad y la injusticia, solucionar el cambio climático...”, sin modificar el modelo económico? La pauta que se sigue para ello es la misma de siempre, construir muros, estigmatizar al otro y aniquilar culturas, pues

ésta no ha cambiado, ni cambiará, sin una intervención real sobre el modelo y sus estructuras de poder, sin la profunda transformación de los procesos de comunicación e información, y por supuesto; de la educación, ello constituye el principio de la construcción social y cultural del conjunto de pueblos.

Desactivar el marco del derecho colonial

El discurso de la decolonialidad debe repensar el cómo se comunica, desde qué principios y revisar con profundidad el marco de los derechos aceptados internacionalmente. El mismo principio de la libertad de expresión carece de sentido si faltan herramientas que procuren la libertad de pensamiento, cuestionar y dudar del conocimiento recibido.

Los fundamentos de la Declaración Universal de los Derechos Humanos son parte de la mirada eurocéntrica del mundo, del pacto entre naciones imperialistas surgido en un contexto de dominación colonial a finales de la Segunda Guerra. La Declaración es un catálogo de derechos individuales en el que no todas las culturas ven reconocidos sus fundamentos, simplemente porque no fueron convocadas para la discusión del documento. Para muchos pueblos ninguna persona en el ejercicio de un derecho individual puede poner en peligro la comunidad. Esta consideración no queda recogida y llega a afectar incluso a los derechos colectivos de minorías, colectivos LGTB, discapacitados y las reivindicaciones colectivas de los sindicatos de trabajadores. La mirada “Universal” debe dejar de ser eurocéntrica y androcéntrica.

Los derechos humanos, además, carecen de sentido si no se acompañan de los Derechos de la Tierra, considerada como un ser vivo único, compuesto por multitud de ecosistemas, que necesita mantener un delicado equilibrio para preservarse. Los derechos humanos sobre la naturaleza encuentran sus límites en la necesidad misma de vivir en ella, pues sin planeta no hay vida. Un gran avance en este sentido fue el reconocimiento por la ONU en 2007 de la Declaración de Derechos de los Pueblos Indígenas

y del Proyecto de Declaración Universal de los Derechos de la Madre Tierra aprobada en 2010 en la Conferencia Mundial sobre cambio climático (Chaparro, 2015, p. 40-41).

Sin la Pachamama nada es posible. No se puede destruir aquello que nos alimenta. Lo orgánico y lo inorgánico de nuestro planeta son esenciales para la vida, de ahí la importancia de un modelo bioeconómico (Georgescu-Roegen, 1971) que sea capaz de comportarse como la propia naturaleza, siga el principio “de la cuna a la cuna”, como lo definen McDonough y Braungart (2005), y sea consciente de que vivimos en un planeta finito, perteneciente a todas las especies, donde todas ellas son interdependientes y conforman un fractal. Se debe seguir profundizando, con una mirada más amplia y diversa, en los derechos de segunda, tercera y cuarta generación, reconociendo que estamos en un planeta finito, donde la preservación de vidas es condición para su subsistencia.

Implosiones. Fuera de la zona de confort

La invención del Tercer Mundo (Escobar, 1996, 2012) fue un acto interesado de estigmatización cultural para imponer, desde la descalificación, una arquitectura económica-política sometida a nuevos intereses de perpetuación colonial. La idea cobró fuerza y contaminó el conjunto de las ciencias sociales, de manera que los enfoques y los análisis históricos, antropológicos, económicos, del derecho, como parte de las nuevas ambiciones científicas de la genética y el transhumanismo han continuado esta construcción, dando por válida esa creencia occidental de que el desarrollo es la salvación (Latouche, 2005), una palabra que no existía en el vocabulario del resto de las culturas del planeta. La llegada del desarrollo obligó a inventar expresiones para referirse a éste, que remitían siempre a los comportamientos del “hombre blanco”, cuyas pautas estaban obligados a seguir los pueblos que debían adoptarlo abandonando culturas propias (Gilbert Rist, 2002).

Alterar este orden institucionalizado se ha convertido en el mayor desafío en este siglo de incertidumbres y sombras. Las ex-

pectativas generadas en torno a los movimientos sociales están comenzando a alterar la agenda, pero sobre todo es la influencia sobre el andamiaje de los imaginarios construidos y a desmontar la pieza clave sobre la que intervenir.

Amin Maalouf, en su novela *Los desorientados* (2012), emplea la expresión *blind spot* para referirse a la incapacidad de una civilización para percibir el peligro que la acecha y le conduce a su inminente fin. El “*punto ciego*” del momento civilizatorio actual es el desarrollo, aunque no se vea o, más bien, no se quiera ver. La psicología define como “zona de confort” un estado de seudocomodidad en el que el individuo se refugia para no enfrentar la realidad, con sus sobresaltos y cambios, de manera que termina aceptando todo, incluso la infelicidad, antes que romper la actitud pasiva y rutinaria en la que se instala.

La incertidumbre y lo desconocido generan resistencia a los procesos transformadores, pero también porque como dice Boaventura de Sousa Santos, encontramos “respuestas débiles a preguntas fuertes” (2014, p. 239) por parte de los líderes políticos, más preocupados por su ‘audiencia electoral’ y mantener su zona de confort que por gobernar pensando en el bien común. La ‘audiencia electoral’ es la construida por los medios y sus *rating*, pero sin la complicidad del márketing mediático otros serían los elegidos y otras las soluciones. Lo paradójico y cierto es que “cualquier ciudadano común, dotado de las simples luces de la vida, sabe que, si es verdad que la desigualdad depende del mérito, no es menos verdad que el mérito depende de la desigualdad. Y, por otro, porque las mismas luces muestran que, con excepción de las vacunas, la causa de un problema no puede ser su solución”. (De Sousa Santos, 2014, p. 240). ¿Cuándo llegarán la respuestas fuertes?

El aprendizaje decolonial contribuye a buscar salidas al colapso para evitar la implosión de la sociedad desarrollada o al menos una implosión descontrolada, delimitando las rutas que permiten las oportunidades compartidas. El riesgo de los discursos decoloniales en sus planteamientos epistemológicos, como vuelve a recordar De Sousa Santos con acierto, reside en la posibilidad de construir nuevos fundamentos sin permitir la intervención de a

quienes se ha puesto deliberadamente al otro lado de los muros construidos (Ibid); ¿será que los eurocéntricos antieurocéntricos estén construyendo un nuevo pensamiento eurocéntrico de la decolonialidad?.

Esto ocurrirá probablemente si no se incorporan en este discurso las voces del conjunto de los ecosistemas que construyen epistemologías. Las epistemologías no pueden proceder únicamente de ese campo acotado construido por el racionalismo del siglo XVII, que si bien trajo consigo el fin de creencias ancladas en el feudalismo medieval, impuso como dogma de verdad el racionalismo y el conocimiento occidental, al margen de cualquier negociación con otros aprendizajes, y negó la existencia de las verdades sin respuestas.

El “pienso luego existo” o el conocimiento como fuente de poder se convirtieron en patrimonio de las élites dominantes y desde la defensa de un conocimiento “superior”, estigmatizaron los otros saberes y justificaron la necesidad de dominar a los “salvajes”, sin alma ni consciencia, por medio no ya de la religión sino de la ciencia. Estas ideas, que colonizaron el planeta de la mano de europeos avasalladores y sus posteriores procesos migratorios, nunca tuvieron la oportunidad de ser rebatidas con la mismas armas de propaganda usadas para imponerlas. Los conocimientos de los otros, vistos como impropios, acientíficos o inferiores, fueron eliminados de la epistemología educativa.

La introducción de la teoría de la relatividad, de la mano de Einstein, la física cuántica, y antes de la “Crítica de la razón pura”, de Kant, como la filosofía de Feyerabend rescatando el sentir presocrático en su “Filosofía Natural”, han sido un punto de inflexión crítico no suficientemente apreciado en la demolición de los cimientos coloniales. Como dice Vandana Shiva: “cuestionar la omnipotencia de la capacidad de la ciencia y la tecnología para solucionar los problemas de la ecología es un paso importante en la decolonización del Norte” (2008, p. 223). En este sentido Feyerabend, afirmaría que no sólo la ciencia es lógica, sino también la historia y la sociología, de ahí la importancia que da al mundo homérico y sus mitos, a los que considera teorías universales, con-

cepciones alternativas plenamente desarrolladas (Feyerabend, 2013). Lo importante en la ciencia son los procesos que fusionan al ser humano con la naturaleza.

La ecología de saberes debe ser reconocida a partir de: la alteridad; superando los criterios de superioridad o inferioridad, la presencia de diferentes modos o maneras de pretender la felicidad; vista como presente y no como meta, la importancia de oír y visibilizar al otro, la importancia de escuchar antes que hablar. Es obligado hablar de epistemologías: de la alteridad, construidas desde abajo, desde el barro (Saintout & Varela, 2014), desde lo indígena, desde el diferente, desde el desclasado, desde lo popular, desde la feminidad, desde el sobreviviente, desde el campesino, desde el insurgente, desde el antisistema, desde lo decolonial, desde la felicidad, desde el derecho a vivir la vida, y desde todos los que contribuyen a generar conocimientos imprescindibles para la vida. La nueva epistemología debe basarse en el reconocimiento de la diversidad y, por tanto, en la existencia de epistemologías (Chaparro 2016, p. 150, Chaparro & Landáburu, p. 67). No se trata de una epistemología del “Norte” contra el “Sur”, porque los referentes geográficos no definen la sociedad empobrecida y sujeta a la inequidad. Hacen falta nuevas miradas reivindicadoras que rompan con la asepsia: “Nuestras academias, como academias colonizadas, han sido hegemónicamente blancas y machos. Es hora de hacerlas mestizas, indias, mujeres, transexuales y putas. Necesitamos una academia otra, pero en el centro de una sociedad de iguales” (Saintout & Varela, 2014, p. 114).

Otras fuentes para pensar con los otros

Fausto Reinaga (Ruphaj Katari) considerado el primer pensador indígena aimara, crea en su rebeldía contra los saberes impuestos y el orden dominante el pensamiento amaútico: “Amáutico es el cerebro pensador. En el mundo Preamérica, el Amauta —verdad o mito— es el cerebro que se halla en posesión de las Leyes del Cosmos”. El ser amaútico existe para la verdad, la libertad y el

bien, mientras el socrático existe para el error, la esclavitud y el mal: “el pensamiento europeo es antropomorfo, edifica un mundo egocéntrico. En tanto que el pensamiento indio de América edifica un mundo cosmogónico” (Reinaga, en *Esteban Ticona*, 2015, p. 184-5).

En el libro “*Hee Yaia Godo ‘Bakarí*, El territorio de los jaguares yurupari”, los pueblos indígenas del río Pirá, en la frontera de Colombia con Brasil, han construido una magna obra sobre la historia y origen de la gente, la curación del territorio desde la Maloca, el manejo de los sagrados lugares, el cuidado del medio ambiente, los acuerdos con los dueños de la naturaleza, los instrumentos sagrados, el calendario ecológico, y el cuidado de la tierra y las semillas. La obra es una memoria de su ciencia, un compendio de su conocimiento milenario, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, destinada a las futuras generaciones con el fin de preservar la vida en los 24 millones de hectáreas que constituyen su hábitat.

Los mapas etnoculturales construidos en El Salvador por las abuelas y abuelos de las comunidades es una apelación a la memoria de una cultura oral que rescata la sabiduría de sus territorios. Para su elaboración fueron señalando sobre un mapa sin referencias los lugares comunes y crearon una simbología propia. En ellos se recogen los usos de las siembras, los telares, los productos y calendarios de la recolecta de lo silvestre, el uso de plantas para elaborar recetas ancestrales, tintes y medicinas; las leyendas, los mitos, y los lugares donde se aparecen los espíritus y también aquellos donde la guerra sembró la muerte. Este rescate, que da valor al territorio y a sus conocimientos, ha reactivado en las comunidades una economía local que se creía perdida a partir de la cultura de saberes recuperada, y les ha permitido sentirse nuevamente soberanos en sus vidas. La labor del colectivo RAIS (Instituto para el Rescate Ancestral Indígena) ha abierto los ojos al reconocimiento de los pueblos indígenas y al aporte de su cultura en un país sujeto a la desmemoria.

Fidelia, india mapuche de Argentina que trabajaba como sirvienta doméstica antes de cumplir los doce años, tenía prohibido usar su

idioma y apelar a sus costumbres. Un día, rondando el medio siglo, decidió abandonar la casa en la que servía y recuperar su vida. Se instaló en la localidad de El Bolsón, donde reivindicó el derecho a su tierra ancestral, consiguiendo el apoyo de parte del pueblo y con ello una chacra propia en un terreno que la alcaldía quería destinar a la construcción de un campo de golf. Sin recursos, con sus manos e ingenio, comenzó a construir su casa. Levantó dos frágiles empalizadas de caña en paralelo, en medio de ellas introdujo botellas grandes vacías de refrescos de Cola; luego preparó el barro, con adobe y bosta, que aplicó sobre las botellas cubriéndolas para hacer las paredes, y finalmente colocó sobre el techo palos y paja seca, y ató una calamina. El resultado fue un hogar perfectamente climatizado por la cámara de aire que proporcionaban los envases: “solo tengo de vez en cuando que aplicar capitas finas de barro”². Nadie le enseñó cómo hacerlo, pero con su ingenio y su deseo de salir adelante desarrolló una técnica propia que maravilló a todos. Sus dos ovejas le daban leche y lana. Aprendió a tejer como hacían los antiguos, a sembrar según la tradición, a cocinar las recetas perdidas y a comerciar lo producido con sus manos. Empezó también a rebuscar en su cabeza las palabras perdidas para recuperar su lengua. En la cosmovisión mapuche es imprescindible recorrer el camino que lleva al conocimiento, obtenido de la creatividad, la imaginación, la intuición y la comprensión. En ello se aplicó Fidelia, en recuperar el camino de la sabiduría ancestral que la alejaron de la felicidad, de la posibilidad de tomar decisiones propias para gobernar su destino. Su tenacidad es una lección de vida para entender la naturaleza de lo esencial y suficiente.

Transformar el modo de vida construido por el desarrollo es urgente, y no debe implicar, en ningún caso, un retroceso en la calidad de vida, sino todo lo contrario. Una nueva agenda debe aspirar al tránsito de nuestra sociedad al posdesarrollo, al decrecimiento feliz, como dice Maurizio Pallante (2005), construyendo un pensamiento decolonial que sea capaz de verse reflejado en los medios y el sistema educativo.

Ivan Illich en “La sociedad desescolarizada” (2011) concluye que el cambio no es posible desde las instituciones que han avalado el modelo, y que el modelo educativo es el encargado de socializar e

institucionalizar “el Mito del Consumo Sin Fin. Este mito moderno se funda en la creencia según la cual el sistema de producción produce inevitablemente algo de valor y que, por consiguiente, la producción produce necesariamente demanda (...) Una vez hemos aprendido a necesitar la escuela, todas nuestras actividades tienden a tomar la forma de relaciones de clientes respecto de otras instituciones especializadas (...) una vez aceptada la necesidad de la escuela, es presa fácil de otras instituciones” (p. 68-69). La escuela nos introduce en el sistema, y quien está fuera de ella, como el autodidacta, es desacreditado y marginado. Lo que Illich propugna es la ruptura con el sistema: “Mientras un individuo no sea explícitamente consciente del carácter ritual del proceso a través del cual la escuela moldea su cosmos, no puede romper el conjuro y moldear un nuevo cosmos” (Ibid., p. 83).

Salir del desastre exige una Nueva Ética Mundial, tal como explica Hans Küng (2006), para reconstruir los pactos que aseguren, realmente, el futuro de las próximas generaciones manteniendo el equilibrio de los ecosistemas y un compromiso con el bien común. El papel de la comunicación como correa de transmisión del debate, la mediación y el reconocimiento de la diversidad, no es estimular el desarrollo, sino la decolonialidad. Los lobbies usan los medios para sus intereses. El pensamiento alterativo, de la mano de los movimientos campesinos, indígenas y ciudadanos convoca a ocupar las ondas, a crear medios que defiendan un orden diferente. Siguiendo el planteamiento de Wolton, la discusión sobre una nueva teoría de la comunicación para el siglo XXI (2003) es necesaria para recuperar significados, pero también para construir nuevos equilibrios en políticas públicas que la rescaten del utilitarismo del mercado y permitan reflejar los disensos sobre los cuales se deben construir nuevos pactos.

El conjunto de estas aspiraciones deberían ser el mejor ejercicio de solidaridad que cabe en quienes hoy todavía, desde las ONG y el apoyo benefactor a los “subdesarrollados”, creen ingenuamente que el Desarrollo sigue siendo la solución. A estas alturas todo el mundo sabe cuanta tierra necesita un ser humano.

La estupidez humana, por suerte, es finita, pero este espécimen desasosiega; tarda tanto en aprender como es veloz en destruir, pese

a ello es preferible seguir soñando, atreverse a salir fuera de la zona de confort, porque sólo lo que se sueña se puede llegar a cumplir.

Notas

1. Rafael Roncagliolo usaba la expresión “medios alternativos” en lugar de medios alternativos para referirse al papel que deben desempeñar las radios comunitarias (1999).
2. Entrevista personal con Fidelia en su casa de El Bolsón (provincia de Bariloche, Argentina, 2005).

Bibliografía

- ACAPI (Asociación de capitanes y Autoridades Tradicionales Indígenas del río Pirá Paraná, habitantes del departamentos del Vaupés en la Amazonía), (2015): *Hee Yaia Godo 'Bakari. El territorio de los jaguares Yurupari*. ACAIPI/ Fundación Gaia Amazonas: Bogotá.
- BUELA, A. (2016): *Teoría del disenso*. Fides Ediciones: Tarragona.
- BELTRÁN SALMÓN, L.R. (2014): “Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal”, en Chaparro, M. (Ed.) *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. iMedea /COMandalucía / Luces de Gálibo: Málaga.
- BETTO, F. (2011): *La mosca azul. Reflexión sobre el poder en Brasil*. Ocean Sur: México.
- BRAUNGART, M. y MCDONOUGH, W. (2005): *Cradle to cradle (de la cuna a la cuna). Rediseñando la forma en que hacemos las cosas*. McGraw Hill: Madrid.
- CARDOSO & FALETTO (1977): *Dependencia y desarrollo en América Latina*. Siglo XXI: Buenos Aires.
- CASTRO-LARA, E. (2016): “Reflexiones para decolonizar la cultura académica latinoamericana en Comunicación” en *Chasqui*, núm 131, CIESPAL, Quito.
- CHAPARRO, M. (2015): *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Desde Abajo: Bogota.
- CHAPARRO, M. (2016): “Del pensamiento de Luis Ramiro Beltrán a las epistemologías de la liberación y la alteridad” en *Revista Interna-*

- cional de Comunicación y Desarrollo (RICD)* Vol. 1, núm. 3, Universidad de Santiago de Compostela.
- DALY, H. E. (2011): "Prólogo" en Jackson, T. *Prosperidad sin crecimiento. Economía para un planeta finito*. Icaria: Barcelona.
- DE SOUSA SANTOS, B. y MENESES, M.P. (2014); *Epistemologías del Sur (Perspectivas)*. Akal: Madrid
- DE SOUZA SILVA, J. (2011): *Hacia el "día después del desarrollo". Descolonizar la comunicación y la educación para construir sociedades felices con modos de vidas sostenibles*. Aler/SICOM. Asunción.
- ESCOBAR, A. (1996): *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Norma: Bogotá.
- ESCOBAR, A. (2012): *Una minga para el posdesarrollo. Lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones globales*. Desde Abajo: Bogotá.
- FEYERABEND, P. (2013): *Filosofía Natural. Una historia de nuestras ideas sobre la naturaleza desde la Edad de Piedra hasta la era de la física cuántica*. Debate: Barcelona.
- FUNDACIÓN DAG HAMMARSKJÖLD (1975): *¿Qué hacer?* Dag Hammarskjöld: Uppsala.
- GEORGESCU-ROEGEN, N. (1971): *The Entropy Law and the Economic Process*. Harvard University Press: Cambridge, Massachusetts.
- GRAY, John (2014): *El silencio de los animales. Sobre el mito del progreso y otros mitos*. Sexto Piso: Madrid
- ILLICH, I. (2011): *La sociedad desescolarizada*. Brulot: México.
- ILLICH, I. (2005): "Le Genre vernaculaire" en *Oeuvres complètes*, Fayard: Paris.
- JACKSON, T. (2011): *Prosperidad sin crecimiento. Economía para un planeta finito*. Icaria: Barcelona.
- KUNG, H. (2006): *Proyecto de una Ética Mundial*. Trotta: Madrid.
- LANDABURU, A.; CHAPARRO, M.; DAS, B. (2016). Epistemology of Communication in India: A historical account beyond "Development". *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, (5)2.
- LATOUCHE, S. (2005): *L'occidentalisation du monde*. La Découverte / Poche: Paris

- LATOUCHE, S. (2005): *Come sopravvivere allo sviluppo*. Bollati Boringhieri: Torino
- MAALOUF, A. (2012): *Los desorientados*. Destino: Madrid
- MARTÍN BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili: Barcelona.
- MACBRIDE, S. et al (1981): *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económica/Unesco: México.
- MCDONOUGH, W & BRAUNGART, M. (2005): *De la cuna a la cuna. Rediseñando el modo en que hacemos las cosas*. McGraw Hill: Madrid.
- MARTÍNEZ ALIER, J. (2004): *El ecologismo de los pobres. Conflictos ambientales y lenguajes de valores*. Icaria: Barcelona.
- MIGNOLO, W. (2009): *La idea de América Latina: La herida colonial y la opción decolonial*. Gedisa: Barcelona.
- PALLANTE, M. (2005): *La decrecita felice. La qualità de la vita non dipende del PIL*. Riuniti: Roma.
- RIBEIRO, S. (2011): “Los verdaderos colores de la economía verde” en AA.VV. *El cuento de la economía verde*. Alai: Quito.
- RIST, G. (2002): *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Catarata: Madrid.
- RONCAGLIOLO, S. (1999): “Las redes de cooperación y las radios comunitarias” en Chaparro, M. (Ed.), *La democratización de los medios* (pp. 259-277). iMEDEA: Sevilla.
- SAINTOUT, F. & Varela, A. (2014): “La epistemología del barro” en *Oficios Terrestres*, Universidad de La Plata.
- SAMPEDRO, V. (2016): Conferencia (sp): *Dietética digital: como adelgazar al Gran Hermano: de la McTele a Facebook*. Gijón.
- SEN, A. (2003): *La libertad individual como compromiso social*. Plural: La Paz.
- SHIVA, V. (2008): *Decolonizing the North*. In M. E. John (Ed.), *Women's studies in India: A reader* (pp. 217–225). Gurgaon: Penguin Books India.
- TICONA ALEJO, E. (2015): *El indianismo de Fausto Reinaga. Orígenes, desarrollo y experiencia en Qullasuyu Bolivia*. Cima: La Paz.
- TOLSTOI, L. (2011): *¿Cuánta tierra necesita un hombre?* Nórdicalibros: Madrid.

- TORRICO, E. (2013): “Una comunicación para salir del desarrollo” en Revista Quorum Académico núm 2, Universidad de Zulia: Maracaibo.
- TORRICO, E. (2016): *Hacia una comunicación decolonial*. Universidad Andina Simón Bolívar: Sucre.
- ZAID, G. (2004): *El progreso improductivo*. El Colegio Nacional: México
- ZIEGLER, J. (2005): *Los nuevos amos del mundo*. Destino: Barcelona.
- WALLERSTEIN, I. (2014): *Historia y dilemas de los movimientos anti-sistémicos*. Desde Abajo: Bogotá.
- WOLTON, D. (2003): *La otra mundialización. Los desafíos de la cohabitación cultural global*. Gedisa: Barcelona.

Biografía

Manuel Chaparro Escudero
 mch@uma.es
 Universidad de Málaga

Periodista, Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor Titular y Vicedecano de la Facultad de CC. de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Profesor de másteres oficiales en las universidades de UMA, USE, UCA y Pablo Olavide. Miembro de la red europea IREN. Miembro del consejo asesor de las revistas: The Journal Radio (internacional), ALAIC (América Latina), INTERCOM (Brasil), Audiovisual: Comunicación para la inclusión (Argentina) y Estudios para el desarrollo social de la comunicación, y del Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo (España). Ha publicado más de setenta artículos e investigaciones sobre radio, televisión, comunicación y desarrollo, medios alternativos y participación ciudadana. Es autor de los libros: “Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos: La distopía del desarrollo”. “Radio pública local”. “Radiotelevisión alternativa. Perspectivas”(ed.). “La democratización de los medios”(ed.), “Sorprender al futuro: Comunicación para el desarrollo e Información Audiovisual”, “Comunicación Ciudadana”(ed.), “Memorias Chipayas” y “La Comunicación-Cooperación con el Magreb”.

101. POLO, Juan Francisco.- La RSC de las grandes empresas españolas con presencia en América Latina.
102. CABRERA, Daniel H.- Comunicación y
103. ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel-LÓPEZ VIDALES, Nereida (Eds).- Radio 3.0: Una nueva radio para una nueva era.
104. SASTRÓN, Juan Ignacio.- Apuntes de gestión de contenidos y producción informativa.
105. MEDINA AGUERREBERE, Pablo.- Organización de la comunicación interna en hospitales.
106. GÓMEZ MARTÍNEZ, Pedro.- GARCÍA GARCÍA, Francisco.- El guión en las series televisivas. Formatos de ficción y presentación de proyectos.
107. CANTAVELLA, Juan (Ed.))-SERRANO, José Fco. (Ed.).- La prensa anticlerical en la historia.
108. DÍAZ LORENZO, Agustín-FÉLIX DOMÍNGUEZ, Valentín de.- Cuando la tele miró con los ojos del vecino.
109. MEDINA, Pablo (Coord.))-GONZÁLEZ, Antonio (Coord.).- Comunicación de la salud: una aproximación multidisciplinar.
110. ROJAS TORRIJOS, José Luis.- Periodismo deportivo de calidad. Propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos.
111. COLINA, Carlos (Coord.).- Arcoíris mediático. Comunicación, género y disidencia sexual.
112. CHOMÓN, José María.- Evolución y transformaciones de Radio 5 todo noticias. Una radio menos cercana.
113. SUÁREZ SIAN, Michel D.- Canales de noticias en televisión. Contexto operativo, geopolítica y tecnología.
114. CEBRIÁN HERREROS, Mariano-FLORES VIVAR, Jesús Miguel.Periodismo en la telefonía móvil.
115. LLANO, Rafael.- Revistas culturales y de consumo.
116. GARCÍA FERNÁNDEZ, Juan Vicente-GARCÍA CREGO, Juan.- Teorías y técnicas de manipulación humana.
117. MEDINA AGUERREBERE, Pablo.- A Handbook of Internal Communication in Hospitals.
118. PORTO RENÓ, Denis-FLORES VIVAR, Jesús Miguel.- Periodismo Transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos.
119. ÁLVAREZ VILLANUEVA, Cristina.- Activos intangibles. Catalogación de métodos de valoración.
120. MEDINA, Pablo-GONZÁLEZ, Antonio.- La comunicación médica interactiva: el desafío de Internet.
121. MEDINA, Pablo-GONZÁLEZ, Antonio.- Comunicación hospitalaria: un plan para el siglo XXI.
122. VICTORIA MAS, Juan Salvador-GÓMEZ TINOCO, Alicia-ARJONA MARTÍN, José Borja (Coords.).- Comunicación Slow (y la excusa como publicidad).

123. LÓPEZ GÓMEZ, Elizabeth.- La comunicación en televisión. Manual del presentador.
124. CANTAVELLA, Juan-SERRANO, José Francisco.- El informador religioso: una perspectiva histórica.
125. TORRECILLAS LACAVE, Teresa VAZQUEZ BARRIO, Tamara (Coordinadoras).- Familia, educación y nuevos medios.
126. STELL, Jon.- Verdades, mentiras y publicidad. El arte de la planificación de cuentas.
127. OTERO, José María.- Aprender cine de los maestros. (Diálogos con Ray, De Sica, Truffaut, Cottafavi, Rovira Beleta, Grau y las "Nuevas Olas").
128. LÓPEZ ALONSO, Rodrigo.- Diseño de periódicos y revistas en la era digital.
129. MARTÍNEZ GUILLÉN, Jesús.- Saturación publicitaria en la Prensa de distribución gratuita.
130. MARCOS RECIO, Juan Carlos-ALCOLADO SANTOS, Julio.- Publidocnet: recursos para la formación virtual a través de los medios de comunicación.
131. RAYA BRAVO, Irene-LÓPEZ RODRÍGUEZ, Fco. Javier.-LOZANO DELMAR, Javier.- Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo "Juego de Tronos".
132. SOBRADOS LEÓN, Maritza (Coord.).- Presente y futuro en el Periodismo Especializado.
133. GUARINOS, Virginia (Ed.).- Hombres en serie. Construcción de la masculinidad en los personajes de la ficción seriada española de televisión.
134. MARTÍNEZ ARIAS, Santiago M.- Color e infografía en el diseño periodístico actual.
135. GUARINOS, Virginia-SEDEÑO, Ana (Coordinadoras).- Narrativas Audiovisuales Digitales: convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia.
136. TORRES OSUNA, Cristina.- In Estéreo. La industria de la música actual: valor económico y social. El caso México.
137. BERLANGA FERNÁNDEZ, Inmaculada-GARCÍA GARCÍA, Francisco.- Ciberretórica: Aristóteles en las Redes Sociales. (Manual de retórica en la comunicación social).
138. SAÉZ PEDRERO, Araceli.- 1839: la divulgación pública de la fotografía.
139. TORRES OSUNA, Cristina Daniel (Coord.).- Efectos económicos y socio-culturales de la globalización en México y España.
140. PÉCKER PÉREZ DE LAMA, Carlos.- Perdidos en el Nevado Quehuisha.
141. PÉREZ ARROYO, Olga.- Periodistas y medios hispanos en la campaña electoral de EE.UU. 2012.
142. SOLAN, Luis Felipe.- Responsabilidad Social y Reputación en la Comunicación Corporativa.
143. OTERO, José María.-El arte de programar. ¡El cine ha muerto. Viva la televisión!
144. CASTILL ESPARZA, Antonio.-G. PONCE, Damián. - Comunicación de Crisis 2.0.
145. MEDINA LAVERÓN, Mercedes.- La audiencia en la era digital.
146. PANIAGUA, Pedro.-Los géneros en la Red: reportaje, entrevista y crónica.
147. JIMÉNEZ VAREA, Jesús.- Narrativa gráfica. Narratología de la historieta.
148. CLAVERO MARTÍN, Vicente.- El desahucio de la Monarquía. La prensa ante la llegada de la Segunda República.
149. SOBRADOS LEÓN, Maritza.- Estudios de periodismo político y económico.

150. HERRERO CONDE, Óscar.- La ventana interior. Inteligencia emocional aplicada al periodismo.
151. MARTA-LAZO, Carmen- ORTIZ SOBRIÑO, Miguel Ángel (Eds.).- La información en radio. Contexto, géneros, formato y realización.
152. ESCRIBANO BOTE, José Ramón.- La información bursátil. Tres siglos de comunicación pública.
153. GÓMEZ QUIJANO, Arturo.- La prensa más cara del mundo. (Historia de los diarios gratuitos españoles).
154. TOMELO ESCUIN, Carlos.- Nuevo Catecismo de la Doctrina Periodística.
155. CALVO HERRERA, Concepción.- Cómo financiar tu película.
156. TUÑÓN NAVARRO, Jorge.- Comunicación internacional. Información y desinformación global en el siglo XXI.
157. RICO, Marta.- Habilidades de comunicación para profesionales.
158. CHECA GODOY, Antonio.- La prensa en el proceso de independencia de Polonia (1914-1920) Ideologías, minorías y transformaciones
159. ARTICH GIL, María José.- Periodismo jurídico: concepto, características y desarrollo.
160. DÍAZ-RODRIGUEZ, Celia.- La educación de la voz radiofónica y televisiva.
161. DE LA IGLESIA, Celedonio.- La censura por dentro (1930)
162. VICENTE, María José.- A vueltas con el proteccionismo en un mundo en crisis. Cambio de paradigmas y discurso político.
163. LOZANO ASCENCIO, Carlos.- SÁNCHEZ CALERO, M^a Luisa.- MORALES CORRAL, Enrique.- Periodismo de riesgo y catástrofes. En los telediarios de las principales cadenas de televisión en España.
164. DOPAZO FRAGUÍO, Pilar.- Derecho de la Comunicación y Biotecnología.
165. GÓMEZ QUIJANO, Arturo.- La prensa más barata del mundo. (Modelo de negocio de los diarios gratuitos españoles).
166. CAPOANO, Edson.- La jornada del periodista. Un viaje por culturas, identidades y redes sociales en España y en las Américas.
167. FERNÁNDEZ BARRERO, Ángeles (Coord.).- Escribir con estética visual, diseñar con contenido. De cómo la diagramación condiciona los textos periodísticos.
168. RODRIGO, Luis- LÓPEZ, Aurora (Coord.).- Teoría y praxis del consumo.
169. TRENTA, Milena.- La industria del videojuego frente a la era digital. Nuevos contenidos y nuevos públicos.
170. BAULUZ, Alfonso.- Prensa y manipulación: El Pentágono y las Operaciones de Información.
171. GARCÍA LUCIO, Santiago.- La Estafeta Literaria: un estudio descriptivo-comparado.
172. CARBONELL I SAURI, Ricard.- El sueño de Tarkovski. Historiografía de una visión.
173. TOMELO ESCUIN, Carlos.- Periodismo es ciencia e impiden demostrarlo.
174. PERALTA GARCÍA, Lidia.- Migrando por el cine marroquí.
175. ROMÁN SAN MIGUEL, Aránzazu-MANFREDI MAYORAL, Juan Luis.- El Protocolo en la especialización periodística. Más allá de política y economía.
176. GIL RAMÍREZ, Marta.- Irupción de Podemos y Ciudadanos en el panorama político español. Framing televisivo de la comunicación política de campaña.
177. MARÍ SÁEZ, Víctor Manuel-CEBALLOS CASTRO, Gonzalo (Coord.).- Desbordes comunicativos. Comunicación, ciudadanía y transformación social.