MEDIOS Y DESARROLLO: UN RETO DESDE LO COMUNITARIO

Geidy Morfa Hernández (CV)
gmorfa@uclv.edu.cu
Indira Sol Garabito (CV)
indira@rplacetas.icrt.cu
Universidad "Marta Abreu" de Las Villas

Resumen

La comunicación para el desarrollo comunitario o endógeno es el objeto del presente trabajo. A partir del rol y las funciones de los medios de comunicación, resulta imprescindible definir cómo estos pueden contribuir al desarrollo comunitario, allí donde se erigen como alternativa discursiva a los grandes monopolios comunicativos y devienen canales participativos y reflejos de la comunidad que representan.

Palabras clave: mass media, desarrollo local, comunicación para el desarrollo, medios alternativos.

Introducción

En la actualidad, para hablar de desarrollo local no se puede obviar el papel que desempañan los medios de comunicación en la conformación de opiniones, conciencias, puntos de vistas y actuaciones.

Como término los medios, constituyen, en esencia, instrumentos empleados por el hombre para transmitir mensajes, pero más allá de esta definición los teóricos les reconocen, en tanto, instrumentos fundamentales de propagación de información, educación y cambios en las culturas y prácticas sociales de cualquier destinatario.

Esta herramienta se ha utilizado frecuentemente con el objetivo de manipular, organizar la audiencia y crear un estado de opinión favorable al status quo imperante.

Sin lugar a dudas, los mass media despliegan una creciente influencia como sistemas de mediación cultural, por su capacidad tanto de determinar ideas, hábitos y costumbres en los receptores, como de modelar comportamientos, referentes.

Su función es, en consecuencia, sumamente elemental porque sus alcances y consecuencias pueden ser el principio de un cambio positivo o el obstáculo para el avance.

Por eso, el desarrollo debe conjugar para su completa consecución el rol de los medios, de los cuales necesita y sobre los que puede y debe apoyarse. Este es el reto que motiva el presente trabajo.

Desarrollo

Por desarrollo local o endógeno se ha de entender aquel proceso que proporciona un mejoramiento en las condiciones materiales y espirituales de los diferentes individuos de la sociedad. Este proceso se establece a partir de seis dimensiones establecidas por el PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo): la equidad, la sostenibilidad, la productividad, la cooperación, la potenciación y la seguridad. Para lograr la interacción holística de todos estos factores se hace necesario potenciar la interrelación entre las instituciones y las organizaciones de la localidad con las estructuras de poder. Es decir, que entre los ejes transversales del desarrollo local se encuentra el ámbito cultural y dentro de este juegan un papel fundamental, como socializadores y dinamizadores del cambio, los medios de comunicación masiva.

La comunicación para el desarrollo es un tema que se ha venido tratando desde finales de la década de 1950, el interés por esta viene asociado a las investigaciones en el campo del uso educativo de los medios de comunicación y su influencia para potenciar las aplicaciones tecnológicas en las zonas rurales. Estas investigaciones fueron iniciativa del gobierno de Estados Unidos con el propósito de potenciar diversos programas de asistencia técnica y financiera ligados a la extensión agrícola en determinadas zonas de Latinoamérica, también se incluía en este programa la educación audiovisual y la información sanitaria. Sin embargo, estos estudios no prosperaron pues tenían un marcado carácter utilitarista y estaban enmarcados en el paradigma desarrollista, donde se potenció el uso de los medios para desarrollar la tecnología, específicamente agrícola, y asegurar la dependencia aún mayor a Estados Unidos.

Luego de esto, ya adentrados en la década del 60 se daría una coyuntura histórica en la cual la difusión y aplicación de los mass media vendría, según sus promotores, unida a la idea de progreso y de beneficios en las comunidades tradicionales que los aplicaran, lo cual estuvo dado por las potencialidades que ostentaban para la modernización.

El constante crecimiento económico, una distribución equitativa y la democratización del acceso a estas tecnologías eran las metas que aseguraban los primeros promotores de este modelo (Rogers, 1962; Schram, 1964).

Con el paso del tiempo comenzó una reflexión teórica donde proliferó una fuerte crítica tanto al colonialismo tecnológico y cultural como a la dependencia que estos modelos propiciaban para los países del tercer mundo. Esta crítica se basó en derrumbar el modelo europeísta como cúspide de lo moderno, que ignoraba la multiculturalidad como elemento fundamental para el desarrollo.

Es así que se comienza a defender el papel que juega la pertinencia y adaptación específica a un contexto histórico cultural determinado en todo proceso de desarrollo. Las distintas instituciones, grupos sociales, tradiciones y costumbres de un territorio exigen modelos de desarrollo diferentes a los requeridos en un espacio con un aparato cultural diferente. Uno de los aspectos fundamentales a abordar, como dice la socióloga argentina Roxana Cabello (2002), son "las formas específicas de comunicación que se dan a nivel local, ya sean éstas vehiculadas a través de tecnologías mediáticas o relacionadas con distintas formas de comunicación interpersonal o mediatizada". Lo que, desde la lógica de la inclusión, se ha dado en llamar las redes de convivencia o redes comunitarias.

Sin embargo, lo que se entiende por comunicación comunitaria no ha de quedarse en la adaptación de unas políticas comunicativas a una audiencia determinada, ya sea local, territorial o municipal, sino que esta aspira a basarse en mucho más que los intereses y necesidades de un grupo. Los medios de comunicación comunitaria son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad y para cualquiera de los objetivos que decida ésta. Se trata de unos medios de comunicación a los que tienen acceso los miembros de esa localidad, con fines de información, educación o esparcimiento, cuando necesitan ese acceso. Se trata de unos medios de comunicación en los cuales participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes. Son el instrumento de expresión de la comunidad, más que para la comunidad.

La comunicación comunitaria designa un intercambio de puntos de vista y de noticias, y no una transmisión de una fuente a otra. (Berrigan, 1981)

La existencia y puesta en práctica de este tipo de comunicación viene muy ligada a la necesidad que existe en la sociedad actual de replantear un enfoque desde abajo, donde se conciba el desarrollo como un proceso local en el cual la participación de los sujetos y el diálogo multicultural es fundamental.

De esta forma, el desarrollo se entiende también como la satisfacción de las libertades sociales del individuo que bajo la mediación de la comunicación puede participar en la vida de la comunidad, en el debate público o en la adopción de decisiones políticas.

Esto constituiría la síntesis del concepto de desarrollo local donde el objetivo fundamental no solo sería cubrir las necesidades y llegar a un umbral de crecimiento material, sino más bien en establecer las condiciones, propiciar las vías que se refieren a todo aquello que, por representar formas de ser, tener, hacer y estar, contribuyen a la realización de las necesidades humanas. Sería centrar el debate más que en estas necesidades en los satisfactores que son los que definen la modalidad dominante que una cultura o una sociedad imprimen a las necesidades. (Max Neef, 1993)

La comunicación se ha convertido en una herramienta básica en el desarrollo de las sociedades al facilitar la creación de patrimonio, de una cultura de participación y la construcción democrática de ciudadanía (BELTRAN, 2002). En este sentido, una comunicación para el desarrollo debe estar íntimamente ligada con la creación de valores, la sensibilización y la educación. Se hace necesario educar para los medios y trasmitir las potencialidades de estos que propician el debate y la democracia. En un retomar del significado etimológico de la palabra donde se alude a la puesta en común, a ese espacio que desde lo local permite compartir y participar, y a partir del cual los ciudadanos se convierten en la fuerza motriz de su propio desarrollo.

Para ello, el medio no sólo debe orientarse a la reproducción social sino que como señala Martín Serrano (citado por Moreno, s.f.),"la comunicación pública debe tener la capacidad de promover o de revitalizar las representaciones colectivas, así como de elaborar, evocar y/o revocar éstas de cara al sentido de la acción social organizada". Es decir, los medios comunitarios han de reconstruir identidades y reformarlas continuamente dado lo contradictorias y antagónicas que pueden ser las representaciones colectivas, donde no siempre son similares y compartidas.

En este sentido, educar desde la diferencia fomentando la participación ciudadana a través y con los medios de comunicación constituye una base fundamental para cualquier proyecto de desarrollo. Los actores locales serán de este modo los que conduzcan su futuro que será con seguridad diferente y, en muchos casos, contradictorio.

Lo relevante de estos medios es que son creados para que la localidad se hable a sí misma, para que desarrolle con más fuerza el trabajo cuyo fin es el beneficio propio a través de la utilización de estas herramientas para la denuncia y para solucionar sus problemas cotidianos. Este modelo se estructura desde lo horizontal y sus mensajes han de estar dirigidos a elevar la calidad de vida de sus miembros, y que las localidades tengan instrumentos para fomentar las relaciones sociales, así como para dar continuidad a las tradiciones y a la cultura popular.

Deben verse reflejados todos los temas y grupos sociales, para sustentar el carácter democrático de la comunicación. Podría citarse el ejemplo de la violencia doméstica, a pesar de los esfuerzos por controlarla; las nuevas tribus urbanas y sus estilos de vida; el problema ambiental, entre otros que surgen con la misma dinámica social. Mario Kaplún (citado por Hernández, 2010) sostiene que la comunicación social es democrática, cuando está basada en el diálogo, la horizontalidad, la bidireccionalidad y está al servicio de las mayorías. Contrario a la comunicación dominadora o tradicional, que es vertical, unidireccionalidad, monopólica y al servicio de minorías poderosas.

Sebastián Hacher dice que el poder de los medios alternativos reside en llegar a donde los medios tradicionales no llegan: «la realidad». (Hernández, 2010)
Todo medio con vocación verdaderamente comunitaria, sin embargo, tendrá en común el objetivo de beneficiar a la comunidad en la que está inmerso por sobre intereses económicos. En ese sentido, los medios de comunicación comunitarios están orientados a funcionar como una herramienta democratizadora de la sociedad y, en general, están comprometidos con la defensa de sus derechos, comenzando por el derecho a pensar y expresarse libremente.

Estos medios surgen de las comunidades cuando éstas sienten la necesidad de dejar de ser consumidores pasivos de información para convertirse en protagonistas, generadores y portadores de sus culturas. En muchas poblaciones postergadas los medios comunitarios son las únicas voces con las que se cuenta para demandar mejores condiciones de vida. (AMARC, 2008)

Por lo cual tienen gran significación en la articulación de estrategias de desarrollo local, sumándose a la dimensión de desarrollo social y cultural proporcionando canales de participación y de ejercicio de poder y transformando las experiencias individuales en visiones compartidas para lograr una mejor realidad, trabajando, de este modo, para la construcción de la comunidad.

Según Hollander et al. (2002), los medios comunitarios proporcionan comunicación pública dentro de un contexto específico, que es la comunidad, entendida ésta no sólo como escenario geográfico, sino primariamente como un escenario social. Sus especificidades no pueden ser captadas a partir de una teoría de la comunicación convencional. En este sentido, los medios comunitarios están destinados a la "reproducción y representación de unos intereses comunes (compartidos)", es decir, "la comunidad sirve como marco de referencia para una interpretación compartida" (Hollander et al. 2002, p. 23). El discurso de estos medios está mayormente enfocado a los grupos y comunidades que no tienen acceso al poder y a los cuales estos representan. En ellos se tratan temas relevantes para la comunidad local, temas que usualmente son ignorados por los principales medios de comunicación, como informaciones sobre el ámbito local y programas que rescaten las tradiciones, la identidad y la oralidad de ese grupo social.

Es en esta arista donde se encuentra una de las mayores contribuciones de los medios comunitarios al desarrollo: en la acción de reforzamiento de los lazos sociales como una base simbólica para el cambio. El mensaje es que «juntos podemos hacerlo», y en este sentido, los medios comunitarios ofrecen a las comunidades un medio para la atribución de poderes.

El Community Media Forum Europe (CMFE) –una organización nacida para representar a este sector comunicativo en Europa– ha identificado una lista detallada de los rasgos comunes de este sector que incluye: libertad de expresión y pluralismo mediático, acceso público e igualdad de géneros, promoción de la diversidad cultural, carácter no lucrativo, transparencia de estructuras de trabajo, autodeterminación y promoción de la educación a partir del uso de los medios. (Milan, 2006)

Generalmente, los medios comunitarios se caracterizan por un alto grado de horizontalidad, apertura y posibilidades de participación; son "los medios de expresión de la comunidad más que por la comunidad, […] medios a los que los miembros de la comunidad tienen acceso […] cuando quieren tener acceso" (Berrigan, 1981, p. 18).

El énfasis se hace especialmente en el diálogo y la comunicación como un proceso interactivo (Carpentier, Lie, & Servaes, 2003). Para promover el cambio social no solo se necesita un canal de trasmisión para las personas, sino también un medio de recepción de ellos, es decir, no sólo un instrumento para oír desde y sobre el mundo, sino para escuchar la voz de la gente, algo que haga que esa voz sea oída.

Los medios comunitarios cubren diversos temas, pero generalmente abarcan aquello que puede ser llamado una “misión social”. Su impacto es aún más relevante cuando estos programas no están creados con una lógica vertical.

Estos tienen normalmente un carácter no lucrativo, han de estar integrados por voluntarios y personal no asalariado, representando así un «modo no comercial de hacer comunicación», independiente de las presiones económicas y políticas.

El concepto de comunicación comunitaria tiene que ver con la comunicación para el desarrollo. La institución internacional más activa en este campo ha sido la UNESCO, sobre todo desde los años sesenta con el debate en torno al Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones. La misión de la UNESCO está conectada a prioridades de desarrollo, e incluye la promoción y defensa de la libertad de expresión.

Actualmente, la agencia tiene tres preocupaciones: la promoción de la libertad de expresión y el pluralismo mediático, el desarrollo de los recursos humanos y el desarrollo de los medios comunitarios. Su Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación ha fundado muchas iniciativas de radios comunitarias. (Milan, 2006)

La conceptualización del desarrollo humano del Programa de Desarrollo de Naciones Unidas (PNUD), lanzada en 1990 y más tarde reutilizada por la UNESCO, ofrece un buen terreno para el empoderamiento de la gente a través de las iniciativas de comunicación. Este desarrollo humano incluye la “igualdad en el acceso a recursos vitales y capacidades […], la adquisición y distribución de conocimiento para la atribución de poder a las personas [y] la participación de la gente” (Hamelink, 1999, pág. 24).

De este modo, la pobreza se torna un fenómeno multidimensional, y uno de sus factores es la “privación del conocimiento y de la comunicación” (PNUD, 1997; citado por Milán, 2006).

Por lo tanto, existe una conexión estrecha entre el desarrollo humano y el acceso a las infraestructuras de comunicación.

Los medios comunitarios contribuyen al desarrollo del nivel más difícil de alcanzar a través de la mayoría de los programas de desarrollo: el nivel base. Hechos por la comunidad, para la comunidad y sobre la comunidad, contribuyen al desarrollo de dos campos esenciales:

1. En el nivel procesal, como un canal de participación. Los medios comunitarios representan «la voz de los sin voz» y permiten a los ciudadanos expresar sus preocupaciones; como medios de acceso abierto, representan un instrumento para el ejercicio de la democracia (Milan, 2006).
2. En el nivel simbólico, como un medio de toma de poder. Al dar a la gente la capacidad de generar iniciativas en la escala local, muestra que el cambio es posible (Milan, 2006).

Visto del modo anterior estos medios tienen como proyección la congregación de la comunidad para que forme parte de su audiencia, pero a la vez hay una búsqueda por posicionarse frente a este colectivo de otra manera, de ser para la comunidad no sólo la emisora del pueblo, sino de convertirse en un actor que contribuya decididamente a la movilización de los distintos grupos existentes a su interior en favor de un proyecto(s) común(es) en donde la participación sea movilizadora del proceso de gestión comunitaria.

Alguien podría apelar a la identidad cultural local o regional territorial como motor para el compartir intereses comunes, entendida generalmente como un sentido de pertenencia territorial, un pasado común (relativamente común) o una producción cultural generada en la localidad o en la región que

vincula a la población. Esta definición de identidad local funciona, tanto para los contenidos de los programas, como para hacer un llamado a convocarlos a participar en el medio. (Benavides, 2004)

Sin embargo, sería absurdo hablar de medios para el desarrollo local sino se tuviera en cuenta la participación con elemento fundamental. El modo más generalizado de concebir la participación ha sido aquel que se concreta en la emisión; pues el oírnos y vernos nos permite una impronta donde el reconocimiento y la posibilidad de imaginarnos en un mundo de representaciones mediáticas nos coloca en el plano de existencia social. Ahí, voces, rostros y lugares vistos en la lejanía o en la cercanía del desastre o la mala noticia, se tornan vivos, cotidianos y cercanos, en últimas, familiares y socialmente legitimados.

Conclusiones

Debe apostarse por expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, fomentando su capacitación para impulsar el uso de sus potencialidades dentro de una estrategia integral de desarrollo local.

En esta línea de trabajo los medios locales y comunitarios han jugado y juegan un papel muy importante.

Han sido éstos los que desde la proximidad han representado los valores e intereses compartidos del conjunto de la colectividad.

No se puede ver el desarrollo local como un fenómeno divorciado de la comunicación, sino que ha esta se le ha de dar un papel fundamental como mediadores en la búsqueda de estrategias diversas que permitan a la comunidad mediante los medios comunitarios lograr un equilibrio entre los diferentes actores que participan en el proceso.

Referencias Bibliográficas:

1. AMARC. (mayo de 2008). Principios para un marco regulatorio democrático para radio y TV comunitaria. Recuperado el 17 de enero de 2011, de Choike: http://www.choike.org/nuevo/informes/1283.html

2. Anderi, H. (10 de diciembre de 2004). Comunicación Alternativa o Comunitaria.

3. Recuperado el 17 de enero de 2011, de Aporrea: http://www.aporrea.org/medios/a115147.html

4. Benavides, J. (2004). Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía. Colombia: Universidad Autónoma de Bucaramanga.

5. Berrigan, F. (1981). La Comunicación Comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo. París:Francia: UNESCO.

6. Cabello, R. (2002). La Comunicación desde la perspectiva del Desarrollo Humano. En G. Cimadevilla, Comunicación, Tecnología y Desarrollo. Río Cuarto: Argentina: Universidad Nacional de Río Cuarto.

7. Carpentier, N., Lie, R., & Servaes, J. (2003). Making community media work. En J. Servaes, Approaches to development: studies on communication for development. (pág. Cap. 15). París: UNESCO.

8. Downing, J. (15 de marzo de 2010). ¿Medios de comunicación comunitarios?¿O de red? ¿O de movimientos sociales?¿Qué importancia tienen? ¿Y su denominación? Texto preparado con motivo de la conferencia “Medios comunitarios, movimientos sociales y redes”,organizada por la Cátedra UNESCO de Comunicación InCom-UAB en colaboración con la Fundación CIDOB .
9. Barcelona: Fundación CIDOB.

10. Gomucio, A. (s.f.). Arte de Equilibristas: la Sostenibilidad de los Medios de comunicación Comunitarios. Bolivia: Fundación Rockefeller.

11. Hamelink, C. (1999). Desarrollo Humano. En Reporte mundial para las

12. Comunicaciones y la Información. Paris: UNESCO.

13. Hernández, O. (12 de diciembre de 2010). La comunicación alternativa como espacio vital de las comunidades. Recuperado el 17 de enero de 2011, de
14. Aporrea: http://www.aporrea.org/medios/a115014.html

15. 11.Hollander, E. S. (2002). Community media and community communication. En N. W. Jankowski, Community media in the information age. Perspectives and prospects. (págs. 19-30). Cresskill: Hampton Press.

16. 12.Max Neef, M. (1993). Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y reflexiones. Barcelona: Icaria.