



HAL
open science

Comunicar la Paz

Maurizio Ali

► **To cite this version:**

Maurizio Ali. Comunicar la Paz: Estudios sobre comunicación y medios para las comunidades. EAE, pp.148, 2012, 978-3-8484-7020-4. hal-01058252

HAL Id: hal-01058252

<https://hal.science/hal-01058252>

Submitted on 10 Apr 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

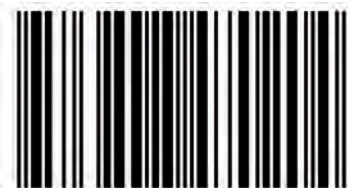
Comunicar la paz

La actualidad geopolítica global nos urge a pensar en una modernidad crítica desde la cual podamos realizar un análisis sobre el papel que puede jugar la comunicación para contribuir a la construcción de aquel ideal utópico que es “la paz en la tierra”. Este trabajo propone una mirada alternativa a la comunicación, entendida como instrumento de paz, herramienta de intervención en la resolución de conflictos y en la búsqueda de la justicia, a través de la concertación y del fortalecimiento de la participación ciudadana. La primera parte del texto se propone aclarar conceptos tales como paz, comunicación, formación de tejido comunitario, diálogo participativo, redes sociales y gestión de conflictos, a través de un recorrido por diversos ejes y perspectivas de trabajo paradigmáticas así como por metodologías, herramientas, competencias, capacidades y conocimientos que son constitutivos de esta mirada. La segunda parte del texto se enfoca hacia un análisis de algunos medios y herramientas comunicativas de carácter comunitario, con el objetivo de describir cómo funciona, de manera concreta, la comunicación para la paz.



Maurizio Ali

Periodista italiano e investigador nómada, ha trabajado como consultor y docente universitario en Europa, Asia y América Latina. Doctor en Ciencias Políticas, Magister en Geopolítica y Magister en Antropología. Actualmente prepara su Doctorado en Antropología con la Universidad de la Polinesia Francesa.



978-3-8484-7020-4

editorial académica española

Comunicar la paz



Maurizio Ali

Comunicar la paz

Estudios sobre comunicación y medios para las comunidades

Maurizio Ali

Maurizio Ali

Comunicar la paz

Maurizio Ali

Comunicar la paz

**Estudios sobre comunicación y medios para las
comunidades**

Editorial Académica Española

Impresión

Información bibliográfica publicada por Deutsche Nationalbibliothek: La Deutsche Nationalbibliothek enumera esa publicación en Deutsche Nationalbibliografie; datos bibliográficos detallados están disponibles en internet en <http://dnb.d-nb.de>.

Los demás nombres de marcas y nombres de productos mencionados en este libro están sujetos a la marca registrada o la protección de patentes y son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de sus respectivos propietarios. El uso de nombres de marcas, nombre de producto, nombres comunes, nombre comerciales, descripciones de productos, etc. incluso sin una marca particular en estas publicaciones, de ninguna manera debe interpretarse en el sentido de que estos nombres pueden ser considerados ilimitados en materias de marcas y legislación de protección de marcas y, por lo tanto, ser utilizadas por cualquier persona.

Imagen de portada: www.ingimage.com

Editor: Editorial Académica Española es una marca de
LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG
Heinrich-Böcking-Str. 6-8, 66121 Saarbrücken, Alemania
Teléfono +49 681 3720-310, Fax +49 681 3720-3109
Correo Electronico: info@eae-publishing.com

Publicado en Alemania

Schaltungsdienst Lange o.H.G., Berlin, Books on Demand GmbH, Norderstedt,
Reha GmbH, Saarbrücken, Amazon Distribution GmbH, Leipzig
ISBN: 978-3-8484-7020-4

Imprint (only for USA, GB)

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek: The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available in the Internet at <http://dnb.d-nb.de>.

Any brand names and product names mentioned in this book are subject to trademark, brand or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, product descriptions etc. even without a particular marking in this works is in no way to be construed to mean that such names may be regarded as unrestricted in respect of trademark and brand protection legislation and could thus be used by anyone.

Cover image: www.ingimage.com

Publisher: Editorial Académica Española is an imprint of the publishing house
LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG
Heinrich-Böcking-Str. 6-8, 66121 Saarbrücken, Germany
Phone +49 681 3720-310, Fax +49 681 3720-3109
Email: info@eae-publishing.com

Printed in the U.S.A.

Printed in the U.K. by (see last page)

ISBN: 978-3-8484-7020-4

Copyright © 2012 by the author and LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG
and licensors

All rights reserved. Saarbrücken 2012

A Nidia Callegari Melo y Carlo Candida

Maestros de vida (y de periodismo)

Tabla de contenido

Tabla de las figuras	5
Agradecimientos	7
Prefacio. Construir la Paz desde abajo	11
Introducción	15
1. <i>La comunicación al servicio de la paz</i>	15
2. <i>¿Por qué comunicar para la paz?</i>	16
3. <i>Lo que encontrarán en este libro (y lo que no encontrarán)</i>	18
PARTE I: LA COMUNICACIÓN PARA LA PAZ	21
1. Para una introducción a la disciplina	23
1.1. <i>Un dominio analítico en construcción</i>	24
1.2. <i>Hacia una definición concreta</i>	27
2. Un breve paseo conceptual	34
2.1. <i>¿Qué es Paz?</i>	34
2.1.1. <i>Requisitos y condiciones para la paz</i>	37
2.2. <i>¿Cómo comunicar para la paz?</i>	38
2.2.1. <i>Comunicación negativa</i>	39
2.2.2. <i>Comunicación positiva</i>	40
2.2.3. <i>Medios de comunicación para la paz</i>	41
2.3. <i>¿Qué entendemos por formación de tejido social?</i>	43
2.3.1. <i>Redes sociales y comunicación para la paz</i>	44
2.4. <i>¿Cómo gestionar los conflictos?</i>	45
3. Aproximaciones, debates y corrientes	47
3.1. <i>Dos palabras sobre el desarrollo</i>	47
3.1.1. <i>Desarrollo y conflicto: una perspectiva crítica</i>	48
3.1.2. <i>Desarrollo y paz: una rápida digresión económica</i>	51
3.2. <i>Los paradigmas del desarrollo</i>	52
3.2.1. <i>Tres visiones del mundo, tres papeles para la comunicación</i>	52
3.2.2. <i>El paradigma difusionista al servicio de la modernidad</i>	54
3.2.3. <i>El paradigma de la dependencia: la comunicación es descolonización</i>	59
3.2.4. <i>El paradigma alternativo: el diálogo para la integración social</i>	62
4. Estrategias comunicativas: un campo en expansión	67
4.1. <i>Comunicar en la crisis</i>	67

4.2. <i>Entender la crisis: el diagnóstico</i>	69
4.3. <i>Intervenir en la crisis: estrategia y táctica</i>	74
5. Reflexiones finales	81
PARTE II: MEDIOS Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA	85
1. Un abrebotas para la discusión	87
2. Observar los medios: un ejercicio para la paz	89
2.1. <i>¿Qué es un Laboratorio de Observación de Medios?</i>	90
2.2. <i>Sobre la permanencia de los espacios coloniales en el panorama mediático posmoderno</i>	92
2.3. <i>Consideraciones generales para el desarrollo de un Laboratorio de Observación de los Medios</i>	95
2.4. <i>¿Qué observar? ¿Y cómo?: medios e indicadores</i>	98
2.5. <i>La veeduría ciudadana como opción política</i>	102
3. La comunicación participativa y los asuntos étnicos	104
3.1. <i>Dos palabras sobre la exclusión de lo étnico de la agenda informativa</i>	105
3.2. <i>Lo étnico en América Latina: un problema comunicativo</i>	106
3.3. <i>La comunicación masiva y los asuntos étnicos</i>	109
3.4. <i>Sobre la etnofagia</i>	113
3.5. <i>Una propuesta alternativa: los medios étnicos de comunicación</i>	115
3.6. <i>Los medios étnicos como herramienta de diplomacia ciudadana</i>	119
3.7. <i>De ética y étnica</i>	120
3.8. <i>Un pasito más adelante...</i>	122
4. Reflexiones finales	125
Bibliografía	129

Tabla de las figuras

Figura 1. <i>Performance</i> callejero “para no olvidar” a los desaparecidos y las víctimas del conflicto en Colombia: la comunicación para la justicia social.	9
Figura 2. La comunicación para la paz: entre praxis y utopías.	20
Figura 3. Participar es tener voz en los procesos de toma de decisiones y de programación estratégica.	28
Figura 4. El ciclo operativo de la comunicación en un proceso de paz	30
Figuras 5 y 6. Dar la voz a los colectivos y a las víctimas de las injusticias: el papel de la comunicación para la paz.	33
Figura 7. Modernidad y control: la militarización del espacio público.	50
Figura 8. Indicadores del desarrollo: el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Banco Mundial.	55
Figura 9. Modelo de difusión de las innovaciones a dos pasos	58
Figura 10. La galaxia poscolonial y los aportes más significativos al paradigma de la dependencia.	61
Figura 11. El paradigma alternativo: desarrollo “desde abajo” y flujo comunicativo en doble vía.	64
Figura 12. El diagnóstico: las matrices FDAO y KAP en acción.	72
Figura 13. El diagnóstico: del <i>brainstorming</i> al <i>tagcloud</i> .	73
Figura 14. Herramientas comunicativas alternativas: el perifoneo.	77
Figura 15. Herramientas comunicativas alternativas: las galerías de la memoria y la información como panorama urbano.	77
Figura 16. Herramientas comunicativas alternativas: la educación popular. Taller de música popular para jóvenes en un pueblo andino.	77
Figura 17. Herramientas comunicativas alternativas: los murales.	77
Figuras 18. <i>Performances</i> callejeros para la expresión política: el <i>living theatre</i> .	80
Figuras 19. <i>Performances</i> callejeros para la expresión política: la sátira.	80
Figuras 20. <i>Performances</i> callejeros para la expresión política: el <i>flash-mob</i> .	80
Figura 21. Comunicación y medios.	84

Figura 22. El escenario “Matrix” de la comunicación colonial: homogenizar y desactivar a las masas.	109
Figura 23. Comunicación parietal posmoderna: el grafiti urbano.	127

AGRADECIMIENTOS

El filósofo francés Claude Lévi-Strauss, siguiendo a Jakobson y a muchos otros, fue el primer intelectual europeo en reconocer que la comunicación es uno de los universales de la cultura humana. Sin embargo, tengo que admitir que no fue él quien me enseñó este principio paradigmático de la antropología. Mis maestros, en este campo, han sido todos aquellos periodistas, comunicadores, artistas y educadores que encontré en mi camino quienes para combatir una cotidianidad de conflictos, entendieron el valor del diálogo en la construcción de la paz.

Es a todos ellos y ellas, trabajadores en la sombra al servicio de los otros, a quienes dirijo mis agradecimientos, por haberme dado esperanza al mostrarme el camino de la efectividad de la comunicación en el logro de cambiar pequeñas y grandes cosas.

En primer lugar, quiero recordar la pasión y el esfuerzo prodigados por Carlo “Carletto” Candida, en Italia, y Nidia Callegari Melo, en Colombia, para enseñarme la verdadera alma del periodismo, así como las joyas y dolores de este oficio. Les agradezco la amistad incondicional.

En segundo lugar, agradezco a todos mis colegas de trabajo en Colombia, compañeros de reflexiones que me han ayudado a comprender los verdaderos desafíos de la paz en el continente latinoamericano. Entre ellos, quiero recordar sobre todo a los profesores David Amórtegui, Carlos Cárdenas, Chris Gil, Felipe Ardila, Vannessa Vargas y Ronan Guillou de la Universidad Pedagógica Nacional; los profesores Margarita Serje, Alexander Herrera, Claudia Steiner y Carl Langebaek, de la Universidades de Los Andes; los profesores Beatriz Enciso, Patricia Bryon, Eliana Herrera, Maria

Teresa Suarez y Maria Ligia Herrera de la Universidad Santo Tomás; el profesor Andrés Morales del Politécnico Grancolombiano y el profesor Daniel Valencia de la Pontificia Universidad Javeriana; Claudia Rincón y Erik Fattorelli, del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados y, *last but not least, my brotha* Padre Matthew Arose Magak, IMC.

En tercer lugar, no puedo olvidar a quienes me han motivado para escribir las páginas que siguen: mis estudiantes y asistentes de investigación. A ellos quienes con paciencia y entrega han conseguido aguantar mis inoportunos cambios de humor, mis cigarrillos y mis presunciones. Gracias sobre todo a Iván Buelvas, Diana Torres, Camilo Rios, Enrique Chaparro, Ángela Velandia, José Luis Tami, Alejandra Salamanca, Carolina Rojas, Catalina Ruiz, David Rubio, Alessia Belcastro y Laura Robles; porque me han enseñado el verdadero espíritu de la investigación.

Para concluir, este trabajo no hubiera podido ver la luz sin mi familia siciliana que me ha dado una identidad, una lengua y una tierra, a las cuales he podido añadir, gracias a su apoyo constante, otras identidades, otras lenguas y otras tierras.

Finalmente, mis esfuerzos, investigaciones y aportes en la construcción de la paz son para Amasipu y Luna, quienes me sostienen y me llevan de la mano.



Figura 1. *Performance* callejero “para no olvidar” a los desaparecidos y las víctimas del conflicto en Colombia: la comunicación para la justicia social. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, 2006)

PREFACIO

Construir la Paz desde Abajo

La experiencia de los últimos cincuenta años ha demostrado que el desarrollo es posible, pero no inevitable. Al igual que muchos otros, Maurizio Ali y yo estamos buscando un nuevo paradigma para el desarrollo y el cambio social, un paradigma que vea al desarrollo como una *transformación de la sociedad*. En tal perspectiva:

“el cambio no es un fin en sí mismo, sino un medio hacia otros objetivos. Los cambios asociados al desarrollo proveen a los individuos y a las sociedades de un mayor control sobre su propio destino. El desarrollo enriquece las vidas de los individuos ampliando sus horizontes y reduciendo su sentido de aislamiento; y, reduce las aflicciones causadas por las enfermedades y la pobreza, no sólo incrementando la esperanza de vida, sino también mejorando la vitalidad de la vida” (Stiglitz, 1998: 3).

Nos hemos referido a este paradigma como una *multiplicidad*. Esta perspectiva plantea que una aproximación comunicativa debe ser incluida explícitamente dentro de los planes de desarrollo para asegurar un proceso de compartir/aprendizaje mutuo. Este compartir comunicativo está condenado a ser la mejor garantía para la construcción de proyectos de transformación exitosos. Por la anterior razón, considero la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social como la alimentación de conocimientos dirigida a la creación de consensos para la acción, que tomen en cuenta los intereses, las necesidades y las capacidades de todos los interesados. Se trata, por consiguiente, de un proceso social, cuyo objetivo último es el desarrollo sostenible a diferentes niveles de la sociedad y , los medios de

comunicación y los TICs son instrumentos importantes para lograrlo , pero su uso no es un fin en sí mismo. La comunicación interpersonal y los medios grupales tradicionales también deben jugar un papel fundamental.

Dos de las más importantes contribuciones hechas por Maurizio Ali en este "Comunicar la paz" son los siguientes:

- *Partir desde una perspectiva que se desplaza de abajo hacia arriba.* Su nuevo punto de partida es el examen de procesos de cambio *bottom-up*, enfocados en el auto-desarrollo de comunidades locales. La presuposición básica es que no existen países o comunidades que funcionen de manera completamente autónoma y que sean completamente auto-suficientes, así como tampoco hay naciones cuyo desarrollo esté exclusivamente determinado por factores externos. Cada sociedad es dependiente de alguna manera, tanto en forma como en grado.
- *De otra parte, señala, elocuentemente, la importancia de la comunicación participativa para la paz.* Hace énfasis en la trascendencia de la identidad cultural de comunidades locales y de la *democratización y participación en todos los ámbitos* —internacional, nacional, local e individual-. Este modelo lleva a una estrategia, no meramente inclusiva de, sino ampliamente irradiando desde, las 'receptores' tradicionales. Paulo Freire se refiere a esto como al derecho de cada uno de decir de manera individual y colectiva su palabra: *"Este no es el privilegio de unos cuantos hombres, sino que es el derecho de cada hombre y mujer. Como consecuencia, nadie puede decir solo una palabra verdadera –y tampoco la puede decir en nombre de otro, por medio de un acto prescriptivo que le robe a los demás sus palabras"* (1983:76).

Para compartir información, conocimientos, confianza, compromiso y una actitud correcta en los proyectos de comunicación, la participación es muy importante en cualquier proceso de toma de decisión relacionado con el desarrollo. Participación significa una repartición más equitativa de tanto el poder político como económico, lo cual a menudo lleva a reducir los privilegios de ciertos grupos. Un cambio estructural significa redistribución del poder. La participación auténtica, aunque muy presente y aprobada en la literatura, no es del interés de todos. Debido a su concentración local, los programas participativos de hecho no son fáciles de implementar ni altamente predecibles ni fácilmente controlables (Servaes y Malikhao, 2010). Para esto, *tres líneas principales de acción* son importantes:

- Los medios deben ser activados para construir apoyo público y presión hacia arriba en torno a las decisiones políticas.
- Se debe involucrar a los grupos de interés y se deben establecer alianzas para lograr un entendimiento común y para movilizar fuerzas de la sociedad. Para esto, es necesario trabajar en redes con individuos y grupos influyentes, fuerzas políticas y organizaciones públicas, instituciones profesionales y académicas, grupos religiosos y grupos que luchan por una causa, el comercio y la industria.
- Se deben generar demandas públicas y activar movimientos ciudadanos para exigir una respuesta por parte de los dirigentes nacionales. No siempre será fácil construir un movimiento público fuerte en torno a temas de desarrollo, pero aún un espectro moderado de interés y esfuerzo de parte de dirigentes comunitarios podrá estimular el proceso de decisiones políticas y la designación de recursos para combatir el problema.

La incidencia política, en su esencia, implica lograr compromiso y apoyo político a través de acciones sociales organizadas que llevan consigo que los

individuos se involucren y se comprometan, que exista apoyo de fuerzas influyentes y que todos los sectores interesados de la sociedad, participen.

Este libro es un buen punto de partida.

*Profesor Jan Servaes, PhD
Universidad de Massachusetts - Amherst, MA
Cátedra UNESCO de Comunicación para el Cambio Social Sostenible*

Introducción

1. La comunicación al servicio de la paz

La actualidad geopolítica global nos urge a pensar en una modernidad crítica. Nuestra humanidad ya posmoderna tiene que enfrentar cotidianamente el desafío constante que representa la sobrevivencia en un mundo afligido por guerras, desastres naturales y por una pobreza, material y social, que el discurso oficial, generalmente optimista, no consigue más esconder¹.

¿En este contexto, cuál es el papel que puede jugar la comunicación para contribuir a la construcción de aquel ideal utópico que es “la paz en la tierra”? Es a esta pregunta a la que quiero responder a través de este libro, para proponer a nuestros lectores una mirada alternativa de la comunicación, observada, esta vez, como “instrumento de paz”. Para el logro de este objetivo resulta pertinente que, en un primer momento, se aclaren conceptos, ejes y perspectivas de trabajos paradigmáticos de la

¹ Esta perspectiva analítica, inaugurada por los trabajos de la Escuela de Frankfurt (y especialmente por Max Horkheimer y Theodor Adorno), ha sido explorada, a lo largo del último medio siglo, por autores paradigmáticos como Michael Foucault, Pierre Bourdieu, Jacques Derrida, Gilles Deleuze y Félix Guattari, hasta llegar a un momento de debate crítico que, en la última década, ha enfrentado de un lado, la perspectiva neo-conservadora (y neo-liberal) que se preocupa por resaltar los efectos colaterales del “choque de civilizaciones” (considerando que las causas de las crisis son “externas” al sistema occidental, como lo afirma Huntington, 1993) y, de otro lado, aquella poscolonial, que reclama el reconocimiento de las responsabilidades de los actores sociales (personas, organismos, instituciones, empresas) que han contribuido a crear un “Tercer Mundo” en el seno de nuestra comunidad humana y que considera que las causas de la crisis hay que buscarlas en el interior mismo del sistema (un sistema poscolonial en el cual las élites y las instituciones de poder luchan por su hegemonía y su legitimidad). El lector interesado en profundizar este tema, encontrará muchos estímulos para la reflexión en los trabajos de Edward Said (2003), Gayatri Spivak (1999), David Harvey (2005), Antonio “Toni” Negri (2000) y, a nivel latinoamericano, en los de Néstor García Canclini (1989), Orlando Fals Borda (1985) y Boaventura de Sousa Santos (2003).

comunicación; así como metodologías, herramientas, competencias, capacidades y conocimientos que son parte integrante de esta mirada.

Los comunicadores sociales (periodistas, funcionarios, voluntarios u activistas) deben utilizar sus competencias para volverse sujetos activos de la historia, comprometidos con la realidad global, la verdad y la justicia; su intervención debe contribuir a la construcción y fortalecimiento de espacios participativos de diálogo, concertación y respeto al servicio de la paz y del desarrollo humano. Es ésta, entonces, una de sus funciones primordiales: intervenir en la resolución de conflictos y en la búsqueda de la justicia y la paz, a través de la concertación y fortalecimiento de la participación ciudadana.

Se trata de un esfuerzo que requiere de un importante compromiso y que, más allá de la mera responsabilidad informativa, incluye una fuerte dosis de praxis y de acción en el terreno. No podemos escondernos en que el diálogo -que comunica- es capaz, por sí solo, de generar dinámicas de cooperación, negociación y fortalecimiento de acciones colectivas en lo público y en lo privado; sino que, a partir de una utopía de paz y justicia para todos, la comunicación para la paz propone reflexiones y soluciones concretas para las comunidades, con el objetivo de contribuir al desarrollo humano, la tutela de la dignidad y la protección de los derechos.

2. ¿Por qué comunicar para la paz?

Podemos imaginar la comunicación como una red de interacción de contenidos, situaciones y comportamientos. Este tejido social (y vivo) representa el terreno de juego de los actores sociales (los-que-comunican) quienes actúan entre ellos a partir de acciones y percepciones que generan

relaciones. Puesto que los actores de la comunicación pueden ser incalculables² dado que no se limitan a aquellos que “dicen algo” de manera más expresiva y manifiesta, tenemos que admitir que las partes que interactúan en esta mecánica relacional no tienen un control, ni siquiera parcial, del sistema en el cual participan. Como lo señala Humberto Maturana, la comunicación es de naturaleza transaccional y los intercambios, reciprocidades y estrategias que genera son de tipo interactivo (1997). La comunicación, entonces, hace parte del sistema de interacción de los individuos como mecanismo que logra cohesionarlos o separarlos. Esta mecánica sigue unas reglas básicas, surgidas socialmente para construir significados, comportamientos y racionalizaciones por medio de las cuales actuar, de tal manera que así como existen leyes de convivencia social, también están las de la comunicación social. La convivencia necesita de comunicación y ésta, a su vez, se basa en una interacción colectiva caracterizada por un intercambio de ideas y acciones entre los actores sociales, por medio de la cual fluyen estrategias, intereses y relaciones de poder que producen lógicas colectivas enmarcadas en el contexto social de referencia. No es casual que los sistemas comunicativos de cada cultura representen un patrimonio que captura la atención de antropólogos y viajeros³, que va más allá de lo folclórico y que, por el contrario, debería ser considerado como la llave de acceso a las lógicas de relación social y de equilibrio sistémico: un equilibrio que incluye los niveles familiar, grupal y comunitario.

² Los trabajos pioneros de Gregory Bateson, el padre de la cibernética moderna, nos instruyen acerca de una aproximación “ecológica” a la comunicación (1973). Hoy nos parece natural considerar que en todo proceso humano interactúan miles de especies animales y vegetales, en su mayoría invisibles, que influyen de manera concreta en nuestra manera de ver y de expresar nuestro entorno. No es una casualidad que el fenómeno que llamamos “efecto mariposa” (es decir la influencia de las pequeñas cosas en el devenir de los acontecimientos) tenga precisamente ese nombre.

³ Pienso, por ejemplo, en todas las páginas de “curiosidades” que han sido inspiradas por la visión de los extranjeros acerca de las lenguas no propias que los pueblos del Himalaya nepalés utilizaban para saludar a los visitantes extranjeros; o por aquellos misteriosos “click” pronunciados por los pueblos saharianos para manifestar su punto de vista, o por cualquier otra forma “exótica” de expresión del propio pensamiento.

Ahora bien, ¿qué es la comunicación? Si seguimos el razonamiento del párrafo precedente hasta sus límites extremos, nos encontramos con la respuesta que nunca habiéramos querido escuchar: la comunicación es todo. Es el arte, la palabra, el discurso, la literatura, la pintura, el diálogo comunitario, la organización de tiempos y espacios, la información, la contra-información, la propaganda, la denuncia, la publicidad y, obviamente, los medios de comunicación. Todos los seres vivos comunican: los humanos, los animales, los vegetales. Hasta los hongos y los protozoos comunican. Es más: la comunicación no es un acto en sí, limitado a un emisor, un mensaje y un receptor. Al contrario, es un proceso constante de construcción de sentido en el cual existen diferentes juegos, relaciones de fuerza y estrategias que pueden generar colaboraciones o conflictos. Todo depende de la representación que cada actor social (ser humano o protozoo, es igual) se hace del otro y del rol que le asigna para su sobrevivencia social. Nuestro espíritu natural de conservación nos induce a buscar formas sociales de organización, pero también nos impulsa hacia una “lucha por la existencia” (física y cultural), que se refleja en conflictos y crisis. Tricia Jones y Heidi Brinkman (1997) llegan a afirmar que el conflicto debe entenderse como un acontecimiento comunicacional, una interacción paralizada, empotrada en rigideces y prevenciones, para cuya solución los actores implicados están dispuestos a entrar en disputa.

Comunicar para la paz, entonces, significa facilitar la creación y la gestión de procesos comunicativos dialógicos dirigidos a la construcción de tejido comunitario en un contexto de paz y justicia social, sin importar la forma expresiva utilizada.

3. Lo que encontrarán en este libro (y lo que no encontrarán)

Este trabajo se divide en dos partes. La primera presenta, de manera general, este campo de estudio emergente que es la comunicación para la paz. Nuestro lector encontrará en esta sección un análisis de conceptos clave tales como paz, comunicación, formación de tejido comunitario, diálogo participativo, redes sociales; y, gestión de conflictos; así como de las principales aproximaciones teóricas que han contribuido al desarrollo de la disciplina.

La segunda parte del texto se enfoca hacia una reflexión de algunos medios y herramientas comunicativas de carácter comunitario, con el objetivo de describir cómo funciona, de manera concreta, la comunicación para la paz. A partir de una mirada “comunicativa” y en una perspectiva latinoamericana, el primer capítulo de esta sección observa los dos puntos de vista que se desarrollan alrededor de la cuestión étnica: de un lado, la mirada de los medios de comunicación indígenas -que interpretan “desde adentro”- y, del otro, los medios de comunicación masiva -que informan “desde afuera”-. El segundo estudio analiza el impacto en términos de gobernabilidad de la observación crítica de los medios de comunicación como herramienta de veeduría ciudadana.

Existen, por supuesto, muchos otros ejemplos y casos de estudio que deberían ser considerados igualmente significativos y que, infortunadamente, no he tenido la posibilidad de analizar con el debido detalle. Espero, entonces, que este libro se convierta en un estímulo y una referencia para quienes quisieran investigarlos y visibilizarlos a partir de una perspectiva crítica común.



Figura 2. La comunicación para la paz: entre praxis y utopías. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, 2007)

PARTE I

LA COMUNICACIÓN PARA LA PAZ

1. Para una introducción a la disciplina

Entre los historiadores es común la afirmación según la cual el siglo XX ha representado la etapa inicial de una nueva era basada en la comunicación “de alta intensidad”⁴. Creo que no sea exagerado afirmar que ha sido también el siglo de la propaganda, es decir de la comunicación utilizada con fines de presión. Y fue, justamente, en los laboratorios de análisis y fabricación de la propaganda donde se formaron los primeros núcleos de científicos que llevaron la comunicación al rango de disciplina de valor académico, una vez que se hicieron evidentes los efectos que un proceso comunicativo podía tener a nivel social. Lamentablemente, todos estos conocimientos han sido puestos, muy a menudo, a disposición de poderes políticos y económicos que los han utilizado en un mero ejercicio de conservación de su estatus y de enriquecimiento de sus capitales. La comunicación se ha vuelto un instrumento más en las manos de las élites de poder y en una herramienta que les posibilita reafirmar su propia superioridad: con este rol la comunicación ha hiper-mediatizado aquellos eventos que los centros de poder necesitaban visibilizar y ha escondido

⁴ Ya en 1964 el sociólogo Marshall McLuhan había reconocido esta dinámica -y acuñado la definición de “aldea global”- para describir el efecto de distorsión de las distancias operado por los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, que tiende a homogeneizar estilos de vidas y comportamientos (McLuhan, 1964, 1968). Efectivamente, durante el siglo XX los medios de comunicación se volvieron masivos (la prensa, la televisión, la radio) así como masivas se volvieron las formas de expresión artísticas (el cine, el teatro, la música, la fotografía). Dos ejemplos valdrán para confirmarlo: en el primer caso, consideremos que hace dos siglos, Beethoven podía estar satisfecho cuando uno de sus conciertos llegaba a llenar las quinientas sillas del parterre del Teatro Histórico de Viena, mientras que hoy, un concierto de la estrella planetaria Lady Gaga necesita de un estadio con disponibilidad para más de 100.000 personas; en el segundo, les propongo recordar que de la Biblia de Gutenberg (obra que representó una verdadera revolución para el hombre del Renacimiento) se imprimieron no más de 180 ejemplares; en comparación con el periódico estadounidense The New York Times que tiene una circulación de más de un millón de ejemplares diarios y un flujo de 45 millones de visitantes al mes en su sitio web (según las estimaciones del sitio web nytimes.com para el 20 de diciembre de 2011).

aquellos que podían vulnerar la legitimidad de los intereses de “quienes mandan”.

Como respuesta a este desequilibrio, una teoría crítica de la comunicación se ha abierto camino en los ambientes académicos y en los pasillos de las oficinas de Organizaciones Gubernamentales Internacionales (como las Naciones Unidas, sus agencias y sus programas), de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y de las otras expresiones de la sociedad civil (asociaciones, fundaciones, sindicatos). Durante el último medio siglo ha emergido un interés creciente hacia una perspectiva *construens* sobre la comunicación, entendida como una herramienta metodológica al servicio del diálogo y de la puesta en común de los saberes, de los puntos de vista y de las percepciones: una comunicación que puede actuar como mecanismo de transformación social, que supera el conflicto, que promueve la paz y el desarrollo humano.

1.1. Un dominio analítico en construcción

No es extraño que, en la actualidad, no haya una definición unívoca para ese campo de estudio. Tenemos que admitir que existen muchos nombres para la misma disciplina, cada uno dependiendo del contexto social y cultural del organismo que la aplica. Si nos dedicamos a recorrer rápidamente un catálogo global de la oferta académica en el campo de las ciencias de la comunicación, descubriremos que existen por lo menos cuatro apelativos posibles para nuestro dominio analítico:

- *Comunicación para el cambio social*: es la definición más utilizada en los trabajos clásicos de la escuela anglosajona. Como su nombre lo aclara, la investigación en este campo pone el acento sobre las implicaciones psicológicas de la comunicación para estimular e intervenir el comportamiento de los individuos. En este sentido, la comunicación es un medio que sirve para modificar las conductas de los destinatarios del mensaje comunicativo elaborado por los emisores. Esta perspectiva ha dominado durante muchos años en los ambientes de la cooperación internacional, pero ya está perdiendo su vigor especialmente por las críticas acerca de que ésta se basa en un paradigma “difusionista”. Hoy en día la comunidad internacional y los organismos humanitarios prefieren aplicar estrategias de comunicación para el desarrollo “en doble vía”, en las cuales la comunicación es una herramienta que permite el diálogo horizontal entre instituciones, sociedad civil y ciudadanos. El Consorcio de Comunicación para el Cambio Social (*Communication for Social Change Consortium*), que reúne a los estudiosos estadounidenses y europeos que trabajan bajo esta perspectiva, publicó una *Antología de comunicación para el cambio social* que incluye lecturas históricas y contemporáneas y que puede ser considerada como la síntesis paradigmática de las reflexiones conceptuales producidas a partir de esta aproximación común (Gumucio y Tufte, 2008).
- *Comunicación para el desarrollo*: este apelativo es más propio de aquellos autores y centros de estudios enfocados hacia el “paradigma alternativo” de la comunicación, quienes son partidarios de una reconstrucción del concepto de desarrollo humano a partir de una perspectiva local y “desde abajo”. Se trata de un paradigma que se ha alimentado de aportes provenientes de autores reconocidos por su compromiso concreto y real hacia los pueblos y las comunidades víctimas de los procesos de “modernización a toda costa”, trabajos

orientados, particularmente, a analizar dinámicas que, muy a menudo, son escondidas y hasta “invisibilizadas” por los medios masivos de información. Jan Servaes (2008a) en Europa, Alfonso Gumucio (2001) en América Latina, Timothy Kennedy (2008) en Estados Unidos y Patchanee Malikhao (2008) en Asia, son solo algunos de los referentes teóricos más consultados de estos últimos años, cuyos trabajos han inspirado una profunda revisión de las prácticas comunicativas de las agencias internacionales enfocadas hacia el desarrollo humano.

- *Comunicación en conflicto*: es el nombre que ha recibido la disciplina en relación con los trabajos de diversos investigadores que han centrado su interés en observar el impacto de la comunicación en contextos de conflicto (armado, social, urbano, ambiental). La prestigiosa editorial británica SAGE publicó, en el 2006, una monumental *Enciclopedia de la Comunicación en Conflicto* que se ha vuelto un punto de referencia obligado para los estudiosos de este campo, la cual recoge las contribuciones de los mayores exponentes de esta perspectiva (Ver, por ejemplo, las entradas redactadas por Putnam, 2006; Oetzel y Ting-Toomey, 2006; Kandath, 2006).
- *Comunicación para la paz*: a partir de un campo reflexivo que es el del pacifismo europeo y alimentándose de las ideas propias del altermundialismo e del ecologismo, en las dos últimas décadas ha avanzado una nueva perspectiva crítica que pone el acento sobre la paz como marco de referencia para la comunicación. La paz es considerada aquí la piedra angular de todo edificio social que sea respetuoso de la dignidad y de la justicia entre los hombres, en equilibrio con su propio territorio: la paz es diálogo y participación (Fisas, 1998 y 2008). Dado que la Comunicación para la paz es una perspectiva que propone esperanza y que nos invita a la solidaridad y la cooperación, es la aproximación teórica que utilizaré a lo largo de este trabajo.

1.2. Hacia una definición concreta

¿De qué estamos hablando, entonces? ¿Cómo funciona la comunicación para la paz? Y, sobre todo, ¿en qué se diferencia de la comunicación *tout-court*? Para responder a estas preguntas quiero invitar a nuestros lectores a un breve recorrido conceptual por las cuestiones fundamentales que acabamos de enunciar, de manera tal que se logren claridades y precisiones acerca del mecanismo propio de la comunicación para la paz.

Para comenzar, es necesario aclarar que la comunicación para la paz es un proceso social de mutua comprensión, basado en la creación y en la construcción de consensos y en el diálogo de saberes: una dinámica polifónica que, como en una orquesta, se realiza en acción concertada, con la coordinación y participación activa de todos los actores implicados y basada en el fortalecimiento de las redes sociales⁵. Precisemos aquí algunas palabras clave que discutiremos más adelante, a lo largo del texto: diálogo, acción y coordinación; palabras y conceptos que nos ayudan a entender que para dialogar y actuar de manera coordinada es necesario que todos los actores sociales puedan participar en ese proceso. Ahora bien, ¿qué entendemos por participación? ¿Y por qué la participación puede tener efectos “revolucionarios” en las comunidades?

⁵ Es aquí necesario aclarar que el concepto de redes sociales *latu senso* puede aplicarse a todo tipo de relación: de familia, vecindario, trabajo o de comunión política o religiosa. En la actualidad el término se utiliza erróneamente, para hacer referencia a las plataformas de contactos informáticas que utilizan la tecnología web 2.0 (entre las cuales Facebook, Hi5, Tagged y Orkut conservan el papel protagónico). Para estas últimas, la locución “redes sociales informáticas” resultaría más apropiada.

Intentaré dar una definición de la participación a partir de una mirada comunicativa, considerándola como la capacidad de tener voz en los procesos de toma de decisiones (*decision making*) y de programación estratégica (*agenda setting*). Se trata de dos procesos comunicativos que se encuentran en la base de cualquier sistema de poder y cuyo acceso, en la mayoría de las sociedades modernas y posmodernas, se encuentra restringido a los miembros de las élites de poder. Pensar en la posibilidad de una participación popular en esos contextos significa imaginar que, por lo menos en el ámbito local, sean las mismas comunidades en su integralidad quienes decidan en asamblea cuáles son los problemas a discutir y la mejor manera de solucionarlos. Así pues es sobre los individuos que recae la responsabilidad de informar a los colectivos, para que éstos identifiquen los problemas de tal manera que, en una segunda fase, puedan visibilizarlos y dialogar con las instituciones (locales, nacionales e internacionales) pertinentes. Tanto los organismos como las colectividades deben trabajar de manera mancomunada y a través de un contacto (es decir, una comunicación) constante para encontrar soluciones, basadas en los intereses de las comunidades y de las generaciones futuras, y para tomar las decisiones correspondientes. El trabajo participativo continúa en las siguientes fases como son la de implementación de esas acciones y la de evaluación de los avances, logros obtenidos y dificultades encontradas.

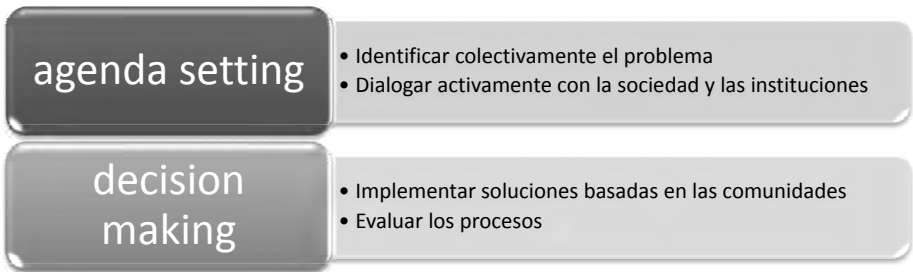


Figura 3. Participar es tener voz en los procesos de toma de decisiones (*decision making*) y de programación estratégica (*agenda setting*).

Se devela ahora, en toda su integridad, el valor “revolucionario” de la comunicación participativa, de este dar voz a quienes no la tienen. No es ninguna novedad que la libertad de expresión, en el ámbito global, aún es una pía ilusión en un mundo en el que la ausencia de representatividad popular sigue siendo el flagelo que azota a la mayoría de la población planetaria. La otra minoría tiene que contentarse con una representación democrática “occidental” que, al fin y al cabo, sigue siendo virtual dado que los procesos de *agenda setting* y *decision making* están muy lejos de cualquier posible interacción con la ciudadanía “de abajo”. Por el contrario, la participación de la cual hablamos es directa y no mediada: cada colectivo humano puede dar cuenta a los otros de los problemas que lo afligen, para encontrar, en estas mismas redes, las intuiciones que se trasformarán en acciones concretas y, a partir de allí, en desarrollo. Un desarrollo que es siempre evaluable, reversible y medido a largo plazo, a partir de la consideración de que este planeta debe llegar en buenas condiciones a las manos de las generaciones futuras.

Es importante, en este punto, considerar cuál es el papel que pueden jugar en este contexto los comunicadores sociales⁶. Se trata de las figuras clave de esos procesos, sobre las que recaen las responsabilidades de crear las bases para el diálogo y de catalizar las energías para solucionar los problemas. Estas tareas se basan en un ejercicio que implica escuchar a las

⁶ Vuelvo a subrayar que entiendo este concepto en su sentido más amplio, que incluye categorías socio-profesionales como periodistas, investigadores de la disciplina, activistas, funcionarios de las organizaciones internacionales y de las ONG y los responsables de las relaciones públicas de las empresas privadas; así mismo, los artistas, docentes, sacerdotes, sabios y todo aquel que utilice de manera consciente las herramientas y estrategias comunicativas para vehicular un mensaje. Todos ellos pueden recibir la apelación de comunicador social. No me limitaré, entonces, a las categorías poseedoras de diplomas específicos o pertenecientes a determinados registros profesionales; por el contrario, considero que estas categorizaciones basadas en los títulos se encuentran en antítesis con los supuestos del enfoque que estamos tratando en este libro.

comunidades, investigar a partir de fuentes diversificadas, reflexionar críticamente, negociar con los actores implicados, empoderarlos para que negocien entre ellos, actuar directamente y fomentar la acción de los colectivos.

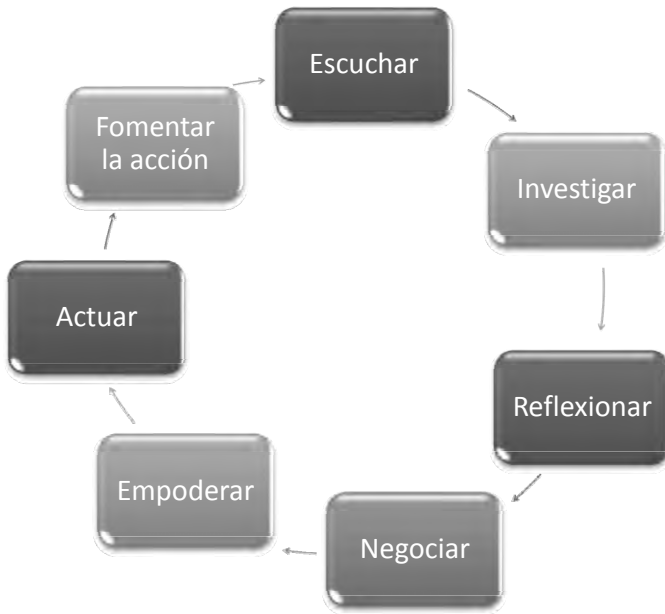


Figura 4. El ciclo operativo de la comunicación en un proceso de paz

Las herramientas comunicativas de las cuales es posible disponer son, *grosso modo*, dos:

- La comunicación interpersonal: verbal y no verbal;
- Los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, televisión) y los alternativos (información mural, perifoneo, *performances*).

La comunicación interpersonal pone en diálogo a dos o más personas que intercambian sus reflexiones, percepciones y conclusiones. Se trata de una dinámica en la cual actúan componentes verbales (la palabra y el discurso) y no verbales (aquella oralidad del cuerpo que podemos aquí definir como una *corp-oralidad* activa y cargada de sentidos) y que puede tener un sentido vertical (como en el caso de las ordenes que se imparten “desde arriba”) u horizontal (entre pares)⁷. Solo la comunicación interpersonal horizontal garantiza que todos los actores implicados puedan dialogar y expresar sus opiniones: las dinámicas verticales son más propias de los sistemas autocráticos y jerarquizados.

Los medios de comunicación, por su parte, son instrumentos y tecnologías adaptados para vehicular un mensaje. En el caso en que este mensaje se dirija a una audiencia indiferenciada y muy numerosa, podemos hablar de medios masivos: pienso en las agencias de prensa internacionales (AP, AFP, Reuters, Bloomberg), en los grandes periódicos (International Herald Tribune, Financial Times, The Economist, El País, Le Monde), en los *network* radiofónicos o televisivos (CNN, Fox, Discovery Channell, Sky, Canal +). A pesar de la capacidad de influir en lo global que caracteriza a los medios masivos, tenemos que recordar que, aún en la actualidad, la mayoría de las personas se informan a través de medios alternativos y comunitarios, los que se dirigen a audiencias limitadas las cuales tienen la posibilidad de interactuar y de intervenir en el diseño de los contenidos (Gumucio, 2001).

En el caso de los medios masivos, volvemos al esquema de comunicación vertical, con un mensaje definido “desde arriba”, por el gobierno

⁷ Un análisis crítico del concepto de comunicación horizontal se encuentra en Beltrán (1980).

administrativo de la empresa de comunicación; mientras que en de los medios alternativos y comunitarios nos encontramos con un proceso horizontal que permite el acceso de las comunidades a las fases de *agenda setting* y *decision making*.

Podemos finalmente volver a nuestro primer objetivo, que era el de dar una definición concreta y “operativa” de la comunicación para la paz. Creo que aquí la tenemos: un método que se basa en el diálogo, que se preocupa por generar acciones coordinadas y basadas en la participación de las comunidades en las fases de toma de decisiones y de programación estratégica, que se construye entre pares y que se apoya en la comunicación horizontal.



Figuras 5 y 6. Dar la voz a los colectivos y a las víctimas de las injusticias: el papel de la comunicación para la paz. (Fotografías de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2006)

2. Un breve paseo conceptual

Bienaventurados los constructores de paz

[Mateo, 5:9]

Este célebre pasaje del Sermón de la Montaña, contenido en el Evangelio de San Mateo, describe un precepto que personajes tan diferentes como Leon Tolstoi, Martin Luther King y el Mahatma Gandhi consideraron como el supuesto fundamental de la dignidad humana. La construcción de paz es un concepto que, más allá de las consideraciones propias de la religión, puede estimarse como el compromiso comunitario básico: esto es, la *conditio sine qua non* de cualquier “contrato social” (Rousseau, 1762). El contexto teórico que sustenta el núcleo problemático específico del campo de la comunicación para la paz se basa exactamente en esta perspectiva: la comunicación puede y debe ser una competencia de los constructores de paz. Es el concepto de paz, entonces, el primero que abordaremos.

2.1 ¿Qué es Paz?

La definición tradicional del concepto de paz se da en sentido negativo, como negación o ausencia de guerra: esto es, como un estado de no-guerra. Esta aproximación se basa en supuestos filosóficos que la cultura occidental no ha querido, hasta hace poco, redefinir. De hecho, el positivismo científico nunca consiguió delimitar de manera concreta el concepto de paz y, si

observamos la historia del pensamiento y de las ideas sociales, nos podemos dar cuenta de cómo la polemología (disciplina que se ocupa del análisis del fenómeno bélico y de la que se considera como máximo exponente el general prusiano Carl von Clausewitz, autor del texto paradigmático de la disciplina: *El tratado de la Guerra*. 1832) tiene una trayectoria seguramente más amplia con respecto a la irenología (disciplina que se ocupa del estudio de la paz), cuyo origen es mucho más reciente y de la que sus primeros resultados analíticos aparecieron después del segundo conflicto mundial, particularmente por la labor académica de Johan Galtung⁸. Es muy reciente, entonces, el desarrollo de un discurso conceptual sobre la paz en términos positivos, y aún más reciente el desarrollo de procesos concretos de aplicación estratégica de los avances de la disciplina.

Muchas son las visiones que existen sobre el concepto de paz. La más clásica, como ya se dijo, considera la paz como un “momento” de ausencia de violencia. Cabe anotar, en este sentido, que el mismo concepto de violencia ha evolucionado y se ha vuelto más complejo, provocando un desarrollo paralelo del concepto de paz. Según Lederach (1984), *“una comprensión rica y multidimensional de la violencia nos proporcionará un concepto rico de la paz”*⁹. La paz no es un fenómeno estático sino un proceso, una dinámica y, como tal, está sujeta a variaciones conceptuales a partir de su significación en un momento histórico determinado.

La aproximación que ha propuesto la filosofía política se ha dirigido hacia una definición más “psico-geográfica”, enfocándose hacia los conceptos de paz interna y externa. Como ha explicado Bobbio (1982), la paz interna es la ausencia (o finalización) de un conflicto interno, entendiéndose éste como un conflicto entre comportamientos o actitudes del mismo actor. La paz externa,

⁸ Una interesante síntesis de su pensamiento se encuentra en Galtung, 1985.

⁹ John Paul Lederach ha desarrollado una aproximación multidimensional a la educación para la paz que ha alcanzado un notable nivel de sofisticación en sus trabajos más recientes (2000).

en cambio, es la ausencia (o finalización) de un conflicto externo entre individuos o grupos diversos.

El pensamiento postmodernista, ejemplificado por la obra de Raymon Aron (1995), se ha ocupado de caracterizar y clasificar el concepto de paz, reconociendo la existencia de tres paradigmas:

- *Paz de potencia*: basada en relaciones políticas de poder. Se pueden reconocer tres sub-tipos: de equilibrio (entre grupos políticos en relación de igualdad), de hegemonía (entre grupos políticos en relación de desigualdad); y, de imperio (entre grupos políticos en el cual uno aparece como dominante y el otro como dominado).
- *Paz de impotencia*: fundada en el equilibrio del terror. Se trata de una paz mimética (que imita la paz de potencia) y que se traduce en un “enmascaramiento” y en una forma de invisibilización de la violencia. Es típica de las autarquías y de las dictaduras.
- *Paz de satisfacción*: en este caso, las relaciones sociales se basan en la confianza recíproca y las unidades políticas no ambicionan territorios exteriores ni población extraña en su espacio de soberanía.

Los avances más recientes de la disciplina se enfocan hacia el estudio de aspectos concretos de la paz. En la actualidad, la mayoría de las investigaciones académicas del campo se enmarcan en el ámbito de las ciencias políticas y, más específicamente, de las relaciones internacionales. Esto se hace evidente en la obra de Galtung (1983), quien muestra cómo en occidente el concepto de paz es “extrovertido”, es decir dirigido hacia afuera y en una arquitectura global; en oposición a la actitud oriental que, así como

lo determinaba Bobbio, entiende la paz como un proceso “introvertido”, es decir orientado hacia el interior que busca una armonía espiritual. Es en este sentido que hay que interpretar lo expresado por Adam Curle, quien afirmó que *“la paz es un estado o condición gracias a la cual los ciudadanos o los grupos interesados sacan más ventajas que desventajas. Es la colaboración armónica y constructiva”* (1978: 65). Así que la paz tendría mucha relación con el desarrollo global y armónico de culturas y estructuras sociales (Bobbio, 1986).

Finalmente, la definición más aceptada del concepto de paz se origina de nuevo en Galtung (1985), quien introduce los conceptos de paz negativa (ausencia de guerra) y de paz positiva (entendida como respeto de la vida humana, en ausencia de todo tipo de violencia bien sea ésta física, cultural y/o estructural). Es la paz positiva, entonces, la que nos interesa como investigadores en el campo de la comunicación, porque es esta última la que da sentido a la dignidad humana y a la justicia social. Siguiendo a Galtung los mecanismos para superar la violencia serían el ejercicio de la equidad, la autonomía, la solidaridad, la participación y la autosuficiencia de forma tal que solamente la protección de estos procesos permitiría superar la explotación, la fragmentación, la marginación y la dependencia social.

2.1.1. Requisitos y condiciones para la paz

En el actual contexto político global, la comunicación se encuentra frente al importante reto de crear las condiciones para el cambio en las estructuras sociales y de esta forma eliminar las causas estructurales de la injusticia social, la pobreza y la miseria humana. La génesis de dinámicas de construcción de paz necesita del respeto a los derechos humanos y de la tutela de los procesos de participación social para gestionar un desarrollo sostenible concreto. Para alcanzar esta meta, que hoy puede parecer muy

ambiciosa, es necesario adoptar prácticas alternativas en contra de la violencia. Nuestro ejercicio nos permite reconocer algunas de éstas¹⁰:

- *Diálogo*: entendido como forma de comunicación sincera y permanente entre las partes;
- *Empatía*: concebida como una actitud positiva hacia el “otro”;
- *Cooperación*: la capacidad de actuar de manera participada;
- *Respeto*: entendido como la capacidad de afirmar y defender las necesidades, derechos y la identidad de los demás;
- *Análisis*: interpretado como un esfuerzo de comprensión de los contextos basado en un proceso investigativo; y,
- *Creatividad*: entendida como la capacidad de adaptar soluciones en contextos complejos y dinámicos¹¹.

A partir de estas alternativas se pueden construir estrategias para la acción pública dirigidas hacia la construcción de paz y es en este contexto que, en general, se habla de “no-violencia” como forma de actuar con finalidades cívicas a través de métodos irregulares (pero no siempre ilegales y menos aún, amorales) como la desobediencia civil o el boicot (Thoreau, 1849).

2.2. ¿Cómo comunicar para la paz?

¹⁰ Se trata de los mismos factores que habían sido definidos, de manera magistral, hace ya más de un siglo por el sabio Pётr Kropotkin en su estudio antropológico sobre los sistemas humanos y naturales que se basan sobre el apoyo mutuo y la reciprocidad (1902).

¹¹ Un refinado estudio sobre la creatividad y su génesis entrópica se encuentra en *Free Radicals* (Brooks, 2011).

La definición del concepto de paz como espacio de gestión de la diversidad nos permite abordar doblemente el papel de la comunicación en el contexto de la marginalidad y de la injusticia y, por ende, en el manejo de los conflictos. De un lado, porque, como ya vimos, la falta de comunicación casi siempre es un factor que contribuye a la génesis o al recrudecimiento de un conflicto, y, de otro lado, porque las habilidades de la comunicación son básicas para la gestión y la transformación de las disputas. Ahora bien, se trata de entender en qué consiste la comunicación para la paz y cómo ésta puede ayudar a resolver los conflictos.

2.2.1 Comunicación negativa

Las personas que tienen diferentes opiniones y posiciones frecuentemente comunican en una forma combativa y de confrontación: discuten, tratan de desvirtuar la posición del otro y de convencerlo de que sus opiniones no son correctas. Incluso pueden hablar y comportarse en forma amenazadora. Las formas de comunicación (o incomunicación) que generan conflictos¹² pueden incluir los siguientes factores:

- Incapacidad de escucha y ausencia de empatía
- Creencia en estereotipos preconcebidos
- Absolutización y polarización ideológica
- Actitud auto-apologética
- Simplismo y superficialidad analítica
- Incapacidad de expresar claramente intereses y objetivos

¹² Estas formas de comunicación se pueden aplicar, de manera indistinta, a personas, grupos humanos, sociedades, empresas y a las instituciones.

- Presencia de interferencias e intereses externos

Generalmente esta tipología de comunicación, que llamaremos combativa, se caracteriza porque rara vez produce acuerdos, reconciliaciones o alianzas de las personas o grupos involucrados. Se podría decir que en la comunicación combativa, las personas no están comunicando o no están comunicando bien. Esta clase de comunicación se opone a la "comunicación positiva" la cual, por el contrario, trata de mejorar y maximizar la comunicación entre las personas involucradas para alcanzar "un mundo mejor".

2.2.2. Comunicación positiva

La buena comunicación es la ruta para entenderse y llegar a un acuerdo. Es tanto una expresión de respeto como un medio para crearlo de manera tal que la buena comunicación también puede evitar un conflicto innecesario o que uno, ya existente, se intensifique. Por lo tanto, las actitudes y habilidades de la buena comunicación son vitales para todos aquellos que desean actuar constructivamente en relación con el conflicto, ya sea como partes o como mediadores. Esta tipología comunicativa se basa en los siguientes factores:

- Formación y fortalecimiento de audiencias (y ciudadanías) activas y críticas;
- Construcción de competencias dialógicas que permitan la confrontación pacífica y transparente de ideas, intereses y propuestas;
- Disposición para aprender de los errores;

- Capacidad de generar estrategias dirigidas a la solución de los problemas;
- Habilidad para generar opciones; y,
- Competencia para crear acuerdos por votación o consenso.

Finalmente, es esta comunicación positiva la que puede permitir el desarrollo de una cultura para la paz como proyecto conjunto de reconstrucción social.

2.2.3. Medios de comunicación para la paz

La paz es un proceso cultural que, en un contexto que muchos autores reconocen como “informativo”, depende en gran medida de los medios que permiten producir, difundir o consumir la información. En palabras de Cebrián:

"es precisamente el desarrollo de los grandes medios de comunicación –los llamados mass media en el argot internacional - lo que ha determinado el nacimiento de esta sociedad nueva de la cultura, basada en la extensión del conocimiento y en las capacidades de diálogo y de participación que genera entre sus miembros. Sin duda, los excesos y aberraciones que inevitablemente segrega un 'proceso de esta naturaleza han provocado también grandes estragos, por lo que es preciso inmediatamente arrepentirse." Y es más: "[...] el impacto de los medios sobre el nuevo comportamiento social es tan ingente, que resultará imposible en el futuro hablar de cultura a secas sin referirse a los medios de comunicación de masas. Porque aquélla, la cultura, no es ya definitivamente nada sin éstos" (Cebrián, 1995: 67).

La globalización de las empresas mediáticas y el auge de las industrias culturales han puesto en crisis el concepto de razón instrumental con el cual operaban la mayoría de los medios de comunicación masivos. Hoy en día, son otros los medios que permiten a los seres humanos canalizar informaciones y expresar sus intereses e identidades. El nuevo panorama mundial nos permite reconocer dos grandes tipologías de medios de comunicación que son:

- *Masivos*: dedicados a distribuir flujos informativos, comerciales y, muy a menudo, productos de entretenimiento (sobre todo con la modalidad del *info-tainment*); cuya única finalidad económica es la acumulación de ganancias.
- *Alternativos*: dedicados a distribuir información de interés concreto para sus audiencias y dirigidos por lógicas de acumulación de capital simbólico (social y cultural) más que económico. En muchos contextos (sobre todo latinoamericanos y anglosajones) se conocen como medios comunitarios.

La comunicación para la paz se basa no solamente en procesos intra e interpersonales. Efectivamente, hay que reconocer la enorme contribución que han dado los medios (sea masivos o alternativos) a la construcción de paz. Ejemplares son los casos de *Radio Sutatenza*, en Colombia, de *Radio Kwizera*, en Tanzania, de *La Voz de la Comunidad*, en Guatemala o de las *Community Radio Towers*, en las Filipinas; los cuales han generado, a través de sus programaciones, espacios de diálogo, reconciliación y de formulación de proyectos comunes (Gumucio, 2001). Estos medios:

“no se limitan a reflejar lo que sucede sino que intervienen activamente en la conformación del sentido que adquieren los conflictos, en las imágenes que se construyen de sus actores, en las actitudes que frente a ellos se inducen y, por lo tanto, en las modalidades pacíficas y violentas de afrontarlo. Lo que hace de los medios de comunicación un componente fundamental en la solución civilizada y negociada de nuestros conflictos” (Barbero y Rey, 1997).

2.3 ¿Qué entendemos por formación de tejido social?

Entiendo por formación de tejido social el proceso de génesis, fortalecimiento y acompañamiento de redes comunitarias de convivencia, reflexión y proyección social. Se trata de una dinámica dialógica inherente, teóricamente, a cada comunidad y grupo humano. Sin embargo, en el actual contexto global, es evidente que la violencia estructural, la pobreza y la miseria humana son grandes obstáculos para que esta dinámica se desarrolle de manera endógena: es en este desolador panorama que toma vigencia la necesidad de profesionales comprometidos capaces de generar procesos consensuados y participativos de construcción comunitaria para la paz, a través del diálogo. Este tipo de relaciones sociales, basadas en la comunicación dialógica y no en un mero ejercicio del poder y la soberanía, es una de las estrategias más importantes para que los conflictos locales no alcancen mayores niveles: se trata, en fin, del más efectivo de los mecanismos preventivos de regulación de las disputas.

Los comunicadores para la paz, en un esfuerzo de mediación y conciliación pueden contribuir a generar confianza entre los miembros de una red ya existente, fomentar la creación de nuevas redes o fortalecer las relaciones

entre redes con intereses similares. Este ejercicio de “costura social” otorga sentido al diálogo y es otra forma de participación a través de la cual los individuos pueden manifestar sus intereses, identidades y su pertenencia a una comunidad humana.

2.3.1. Redes sociales y comunicación para la paz

Las redes sociales son aquellas estructuras humanas de carácter informal que se basan en comunidades de conexiones y de relaciones (y, a menudo, de intereses). Las redes son un espacio de diálogo y coordinación a través del cual se vinculan organizaciones sociales (y, eventualmente, instituciones públicas y privadas), sobre la base de normas y valores compartidos, con el fin de alcanzar metas comunes de forma efectiva y eficiente. De manera más general, podemos considerar que sus objetivos son generar relaciones de colaboración, poner en común recursos, desarrollar actividades en beneficio de los participantes, ampliar y estrechar vínculos, reconstituir la confianza social, establecer relaciones de intercambio y reciprocidad, crear sentido de pertenencia; y, socializar conocimientos, experiencias y saberes. En general, podemos reconocer redes formales (de carácter asociativo) o informales (un vecindario), basadas en relaciones directas (vocales, físicas) o mediadas (Facebook, Hi5), con acceso por filiación (las élites) o de libre acceso; por categoría profesional (las corporaciones) o por interés político (los movimientos sociales), temporales (durante un congreso) o duraderas, secretas o públicas. En fin, hay para todos los gustos.

El paradigma difusionista ha conceptualizado el funcionamiento y el objetivo de las redes sociales así: cada malla de la red puede “absorber” las innovaciones que emanan de los nodos difusores (los líderes) quienes, a su vez, replican el mensaje emitido por los centros de poder (las élites). Con una óptica diferente, la comunicación para la paz reconoce la importancia de

las redes sociales en función de la construcción de tejido comunitario y como estrategia para la prevención y gestión de las disputas. La diferencia con el paradigma “desarrollista” está marcada por el hecho de que en nuestro caso las redes funcionan como creadoras, difusoras y evaluadoras críticas y conscientes de los mensajes circulantes. Pero ¿cómo generar redes “para la paz”? Para alcanzar este objetivo es necesario partir de procesos de investigación profundos y basados en una presencia en el terreno para de esta manera entender, de manera directa, el funcionamiento de los campos sociales analizados, las redes ya existentes y los intereses de sus participantes; para, posteriormente, aplicar estrategias comunicativas oportunas que permitan, a través de negociaciones de intereses entre individuos y colectividad, articular las redes a proyectos que tengan en común la participación activa de la comunidad.. Es evidente que el resultado de esta interacción redonda en grandes beneficios para los grupos sociales, a través de la construcción de bienes colectivos (bienes públicos) y de la creación de espacios colectivos en los que los diversos actores pueden nombrar, visibilizar y articular sus intereses.

2.4. ¿Cómo gestionar los conflictos?

Está claro: los procesos conflictivos se generan a partir de interferencias comunicativas. Efectivamente, a partir de la definición paradigmática de conflicto como una *“disputa generada por una diferencia de visiones o intereses entre las partes”*, es necesario reflexionar sobre el papel de la comunicación en la dinámica de “desarrollo” de los conflictos. Una comunicación oportuna puede acercar y permitir el diálogo entre visiones e intereses diferentes que posibilite una gestión pacífica de esas diferencias. De otro lado, como veremos en la segunda parte de este trabajo, una

comunicación inoportuna (*conflictiva*) puede empeorar el conflicto y generar fenómenos violentos y hasta guerras (Ross, 1995), lo cual indica la importancia de reflexionar acerca de la incomunicación. Es evidente, entonces, el papel crucial que juega la comunicación en la gestión de las disputas por su capacidad de generar espacios de diálogo, discusión y reflexión, para que los actores sociales inmersos en procesos conflictivos construyan interacciones comunes, soluciones viables y posibles procesos de desarrollo para viabilizar que las comunidades, grupos o colectivos puedan racionalizar sus conflictos y construir nuevos sentidos colectivos. La comunicación, entonces, puede ir más allá de su rol de difusión y volverse un ejercicio de negociación, mediación y construcción colectiva.

3. Aproximaciones, debates y corrientes

Si, como afirmamos en el capítulo precedente, el siglo XX fue el siglo de las comunicaciones, no podemos olvidarnos de que fue también el siglo del “desarrollo”, un concepto multifacético que ha perdido muchos de sus significados originarios para convertirse en el estandarte de los fautores del crecimiento económico, de la homogeneidad cultural y de la desregulación financiera. Ahora bien, creo que podemos afirmar que comunicación y desarrollo han compartido en los últimos cien años una historia común. Ya lo dijimos: la comunicación, como disciplina emergente, ha estado al servicio de la modernidad y del “progreso”, hasta transformar nuestra edad contemporánea en una secuencia compleja de ficciones, propagandas y contra-informaciones que tomará muchas generaciones para develar. Es por esta razón que es muy importante, a estas alturas, tomarnos el tiempo para reflexionar sobre el valor ideológico de la idea de desarrollo (y de sus sinónimos: modernidad y progreso).

3.1. Dos palabras sobre el desarrollo

Pero, ¿qué es exactamente el desarrollo? Arturo Escobar lo ha definido como aquel proceso dirigido a reproducir en los países “sub-desarrollados” las condiciones que, se supone, caracterizan a las naciones económicamente más avanzadas del mundo, esto es: industrialización, alta tasa de urbanización y de educación, tecnificación de la agricultura y adopción generalizada de los valores y principios de la modernidad,

incluyendo formas concretas de orden, racionalidad y actitud individual (Escobar, 1987 y 1995). La noción de desarrollo en esta enunciación, conlleva, por un lado, el reconocimiento de la diferencia, pero, a su vez, la negación de ésta, de tal manera que mientras que a los habitantes del Tercer Mundo se les considera diferentes, el desarrollo sería el mecanismo a través del cual esta diferencia debería ser eliminada. En este sentido, el mismo autor nos recuerda que *“tanto la modernidad como el desarrollo son proyectos espaciales y culturales que exigen la conquista incesante de territorios y pueblos, así como su transformación ecológica y cultural en consonancia con un orden racional logocéntrico”* (Escobar, 1997: 191). Sin embargo, son exactamente estos proyectos, con su voluntad de transformación y control, los que están en la base del surgimiento de las tantas crisis de la posmodernidad.

Para entender mejor lo que acabamos de afirmar, hay que considerar que, en esa perspectiva, para obtemperar las exigencias del desarrollo habría que “transformar cosas y personas”: un cambio social planeado y dirigido a modificar el comportamiento de los “pre-modernos” (o, peor, “anti-modernos”) para que, finalmente, adquieran actitudes modernas. No debe sorprendernos, entonces, que en 1960 el reconocido urbanista mallorquín Gabriel Alomar Esteve escribiera:

“el Planeamiento [...] constituye una de las formas del control social. Es decir, que siendo indiscutible la influencia, positiva o negativa, del ambiente físico y del ambiente social sobre el individuo, el planeamiento puede contribuir a un comportamiento colectivo más ajustado a las conveniencias del bien general” (1960: 280).

3.1.1. Desarrollo y conflicto: una perspectiva crítica

Casi medio siglo después, la experiencia nos muestra cómo estos supuestos han demostrado su inconsistencia, debido a que los intereses públicos -“*las conveniencias del bien general*”- que tenían que dirigir las actividades de planeamiento ecológico, no se han tenido en cuenta. La simple observación de la realidad global revela cómo, en su anhelo de modernidad, el hombre está actuando como un factor de perturbación del sistema (y, de manera más visible, de su ecosistema). Lo anterior se evidencia en el hecho de que los procesos de desarrollo que se han implementado en los últimos años han llevado a las comunidades humanas a estados anormales, generando fenómenos como la proletarización del campesinado, la urbanización salvaje (y la generación de *favelas, bidonvilles, banlieues, slums*) o la concentración de la propiedad agrícola; los cuales, a su vez, han desencadenado un número indefinido de efectos colaterales entre los cuales podemos reconocer, solo para citar algunos, las nuevas formas de xenofobia, violencia juvenil o intrafamiliar. No es un misterio que todos los países están experimentando un proceso de modernización terriblemente acelerado que no ha sido acompañado por una dinámica real y efectiva de desarrollo humano.

Por estas razones nuestra humanidad posmoderna se ha ido acostumbrando a una desilusión (o, peor aún, a una fe ciega y acrítica) creciente frente a los sistemas políticos tradicionales y al sistema democrático. Aunque nos cueste admitirlo, la realidad se encuentra muy alejada del paradigma y, sobre todo, de un funcionamiento aceptable de la democracia representativa, liberal y pluralista, acercándose, por el contrario, al paradigma de “*democracia defectiva o defectuosa*”, según la acertada definición de Wolfgang Merkel (Merkel y Croissant, 2001). Con la elección del neoliberalismo “a toda costa”¹³ como sistema económico -y, por tanto, social- de referencia para nuestro sistema-mundo, la sociedad humana “occidental” y moderna ha asistido a un paulatino pero inexorable proceso de reforma del

¹³ E incluyo en esta generalización también sus versiones “orientales” (en Rusia, China, Vietnam o India, por ejemplo).

Estado caracterizado por la disminución de sus competencias en el ámbito económico y social, bajo la égida de los programas, más o menos ortodoxos, de ajuste estructural destinados a equilibrar la economía local. El paquete de reformas aplicado, en la mayoría de los países del globo, ha buscado, en particular, restablecer el funcionamiento de los mercados reduciendo al mínimo la intervención del Estado, considerada como distorsionadora; y, asignando un papel central al sector privado y a los mecanismos de mercado. Como efecto perverso de este proceso se ha manifestado una creciente debilidad de los gobiernos centrales y de las administraciones locales para procesar las demandas de sociedades cada vez más complejas¹⁴. En la actualidad, la sociedad global se encuentra atravesada por contradicciones de carácter regional, por antagonismos de orden étnico y cultural; y, por inmensos abismos sociales que se caracterizan por la concentración de los ingresos y la exclusión que afecta a amplios estratos de la población¹⁵.



Figura 7. Modernidad y control: la militarización del espacio público. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2006)

¹⁴ Como ha quedado demostrado con lo sucedido en el 2010 con la crisis originadas por la deuda externa norteamericana o en el 2011 con la *Eurocrisis* generada por el colapso financiero de las economías de Grecia y Portugal.

¹⁵ Una mirada étnica a la cuestión se encuentra en los trabajos de Jaime Arocha Rodríguez sobre la población afro-descendiente (1992 y 1998).

3.1.2. Desarrollo y paz: una rápida digresión económica

Durante décadas, las recetas económicas aplicadas en el continente latinoamericano se han basado en la hipótesis de que la liberalización de los mercados y la inserción de las economías regionales en el sistema global representaban las únicas soluciones viables para su desarrollo. Sin embargo, un creciente número de estudios está cuestionando estos supuestos basándose en la evidencia histórica que muestra cómo los países en vía de desarrollo, en su encuentro con la “modernidad”, han tenido que enfrentar, en un alto porcentaje de casos, graves crisis sociales (Zamosc, 1990). La razón de estas crisis reside en el hecho de que estos países han sido invitados a participar en el mercado global desde una posición de desventaja, teniendo que aceptar reglas e imposiciones que sus mismos ciudadanos no consiguen reconocer¹⁶. No obstante la existencia de organismos internacionales *ad-hoc*, como la Organización Mundial del Comercio, el contexto normativo en el cual opera la economía global es francamente primitivo e inadecuado (Mason et al., 2004)¹⁷. Pensar al comercio como un recurso para la paz, así como lo proponían los economistas neoclásicos, es una alternativa inviable en la actualidad (Barbieri, 1996). El actual sistema de intercambio comercial global, con la falta de control y de responsabilidad que lo caracteriza, está permitiendo que el hambre de recursos de los países considerados como desarrollados deteriore de manera irreversible el paisaje social y ambiental de los países productores de recursos (Taylor, 2004)¹⁸.

¹⁶ Los representantes diplomáticos de los países “en vía de desarrollo” ya pueden asistir a las reuniones de las principales instituciones globales, pero no tienen voz ni poderes efectivos.

¹⁷ Un punto de vista ecológico se encuentra en Acselrad (2006).

¹⁸ Como si no fuera suficiente, el último informe del Representante Especial del Secretario General de las Naciones Unidas para las cuestiones relativas a los derechos humanos y las empresas transnacionales, subraya cómo estas entidades, en muchas ocasiones, han operado en evidente violación del derecho, especialmente en los países considerados en vía de desarrollo, a menudo los mayores receptores de inversiones (Ruggie, 2007). Las corporaciones internacionales prefieren instalar sus plantas productivas en los países del Tercer Mundo, no solo por la enorme disponibilidad de materias primas que ofrece su territorio y porque el costo del trabajo es relativamente bajo, sino también porque pueden actuar con mayor libertad gracias a las carencias

3.2. Los paradigmas del desarrollo

Como lo mencionamos en el capítulo precedente, el desarrollo, el progreso y la modernidad, son ideas surgidas en el siglo XIX¹⁹, en el marco de la Revolución Industrial y del positivismo radical: referencias ideales y utópicas, que encuadraban los sueños de una sociedad “mejor”. Estos mismos conceptos, que en el siglo XX se transformaron en el soporte ideológico de regímenes políticos totalitarios (el fascismo en Italia, el nazismo en Europa Central y el estalinismo en Rusia) y que apoyaron procesos antidemocráticos en los cinco continentes, han podido lograr un impacto planetario gracias, precisamente, a las oportunidades (y las ventajas estratégicas) ofrecidas por los medios de comunicación, la propaganda y, obviamente, por la existencia de un humus social oportuno: unas ciudadanías masificadas que asumieron el carácter de audiencias.

Sin embargo, varios investigadores de la relación entre comunicaciones y desarrollo , sobre todo en las dos últimas décadas, han hecho reinterpretaciones dirigidas a contrarrestar los efectos de esta *liaison dangereuse*, reafirmando que la comunicación debe ser un instrumento al servicio del desarrollo humano (y del bienestar de toda la población) más que una mera herramienta al servicio del crecimiento económico.

3.2.1. Tres visiones del mundo, tres papeles para la comunicación

A partir de esta breve reconstrucción podemos reconocer, por lo menos, tres paradigmas dominantes que han servido de referencia para los profesionales

del sistema de seguridad social y al escaso control que se aplica al mercado laboral, a pesar de la existencia de una consistente legislación en la materia.

¹⁹ Es en los siglos XVII y XVIII que se asientan las bases del nuevo credo moderno: la certeza de que el progreso es un proceso irresistible e inevitable y que las sociedades del *Ancien Régime* eran mucho más desarrolladas (y, por lo tanto, mejores) que las sociedades primitivas (Melo, 2010).

de la comunicación y del desarrollo. Se trata de tres visiones del mundo que podemos deducir a partir de las teorías (las hipótesis) que las sustentan:

- La *teoría de la modernización y del crecimiento* según la cual el progreso se basa en el crecimiento económico y tecnológico, así como en la primacía de la cultura industrial -y productivista- occidental: el progreso, entonces, es la modernidad.
- La *teoría de la dependencia y del subdesarrollo* en la cual se afirma que el desarrollo de los países del “Primer Mundo” se ha construido a partir de las condiciones de subdesarrollo de los del “Tercer Mundo”. El verdadero desarrollo, en este caso, debería partir de la devolución a esos países de todas sus riquezas, para que de esta forma puedan volver a actuar en la comunidad internacional con todos sus recursos propios.
- La *teoría de la participación alternativa*, según la cual “otro mundo es posible” a partir de una reconstrucción “desde abajo” de la sociedad, a través de la acción de las comunidades y gracias al apoyo de las instituciones públicas.

Cada paradigma conlleva a un papel específico para la comunicación. En el primer caso, la teoría de la modernización se apoya en el “paradigma de Lerner”, según el cual el progreso se puede alcanzar modificando los comportamientos de las masas diseminando desde arriba, a través de los *mass-media*, las indicaciones (explícitas o subliminales) para alinearse con los cánones del desarrollo. En el segundo caso, nos encontramos con una reflexión teórica en la que la crítica se concentra hacia el contenido del mensaje difundido con la ayuda de los medios de comunicación, los cuales deberían ponerse al servicio de la causa libertadora y de-colonial, para contrarrestar el desbordante poder de las potencias geopolíticas y del capital

transnacional. En el tercer caso, asistimos a una verdadera revolución semántica: es la comunicación que se reinterpreta, esta vez “desde abajo”, a partir de la consideración de que el desarrollo humano se basa en el diálogo participativo (entre colectivos e instituciones) y en la acción comunitaria (solidaria y cooperativa). La comunicación se vuelve, entonces, una forma de libertad que concretiza el derecho que todos tienen para expresarse de manera individual y colectiva con su propia voz.

3.2.2. El paradigma difusionista al servicio de la modernidad

El optimismo positivista, con su presunción logocéntrica, ha inaugurado una modernidad que, está demasiado lejana de la lección sobre la *εὐδαιμονία* -la serenidad- de nuestros clásicos²⁰, puesto que ha centrado el desarrollo de la humanidad sólo en la masificación de las audiencias, en el aumento de los consumos y de las ganancias; y, en el crecimiento de su capacidad productiva, comercial, tecnológica. El subdesarrollo, en esta lógica, sería la consecuencia de un déficit de información que justificaría el “retraso” de ciertas comunidades con respecto a la normalidad “occidental”²¹. No es casual que muchas empresas y los organismos internacionales de carácter económico y financiero determinen el desarrollo de un país o de una comunidad humana a partir de una serie de indicadores que miden, entre otras cosas, el nivel de exposición a los medios de comunicación masiva, el índice de urbanización, el grado de alfabetización, el nivel promedio de ingresos per cápita y el de participación política.

²⁰ Pienso en la visión presocrática de aquellos filósofos estoicos y epicúreos para los cuales la felicidad mundana se podía alcanzar solamente con las privaciones (la aponía y la ataraxia: ausencia de dolores y turbamientos) más que con las acumulaciones.

²¹ Esta percepción embebe, aún en la actualidad, el discurso político de ciertos gobiernos que se contentan con acusar al *digital divide* o al *e-gap* como si fueran las causas primarias de la pobreza y del clima de injusticia que se vive en sus respectivos países. Sin contar que, en muchos casos, ha servido para justificar también las inversiones “para el desarrollo” de la comunidad internacional y de los organismos interventores, para los cuales estos temas son considerados prioridades estratégicas.

DOS VISIONES DEL DESARROLLO	
PNUD	BANCO MUNDIAL
Años esperados de instrucción	Abonados a Internet por banda ancha fija
PIB per cápita	Abonos a teléfonos celulares
Años de educación promedio	Acceso a la electricidad
Coefficiente de ingresos	Acciones negociadas
Esperanza de vida al nacer	Automóviles
Efecto invernadero per cápita	Aval de certificación ISO
Emissiones per cápita de dióxido de carbono	Capitalización en el mercado bursátil
Especies amenazadas	Carreteras pavimentadas
Extracción de agua dulce	Compañías nacionales que cotizan en Bolsa
Gasto en educación	Consumo de energía eléctrica
Gasto público en salud	Consumo de fertilizantes
Huella ecológica de consumo	Crecimiento del dinero y <i>cuasi</i> dinero
Ingreso nacional bruto per cápita	Crecimiento del PIB
Intensidad de la carencia	Índice de financiación de la inversión
Víctimas de desastres naturales	Índice de facilidad para hacer negocios
Población afectada por desastres naturales	Inflación, índice de deflación del PIB
Población bajo la línea de pobreza de ingresos	Inversión con participación privada
Población con educación secundaria completa	Inversión extranjera directa
Población urbana	Maquinaria agrícola
Pobreza multidimensional, incidencia	Nuevas empresas registradas
Proporción de género en el parlamento	Periódicos diarios
Superficie forestal	PIB
Tasa bruta de matriculación	Población urbana
Tasa de mortalidad de niños	Rendimiento de los cereales
Tasa de mortalidad materna	Servidores de Internet seguros
Tasa de participación en la fuerza de trabajo	Tasa de interés real
Tasas de alfabetización de adultos	Tráfico marítimo de contenedores
Variación de la superficie forestal	Valor agregado por trabajador

Figura 8. Indicadores del desarrollo. En la tabla se presentan algunos de los indicadores clave para “medir” el desarrollo que son utilizados por dos organismos internacionales: el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD/UNDP) y el Banco Mundial (BM/WB). Si bien ambas instituciones comparten el mismo sistema (el de las Naciones Unidas) es evidente cómo las dos paletas de indicadores presentan unas diferencias sustanciales. Efectivamente, cada entidad tiene una visión de la “salud del mundo” propia: en el caso del PNUD los indicadores están contruidos para medir el equilibrio social de los países analizados mientras que para el BM, miden el potencial económico de un país. (PNUD, 2012; Banco Mundial, 2012).

Los defensores de este paradigma se apoyan en una serie de decretos axiomáticos que miran la historia y la realidad desde un punto de vista unilineal: el progreso es un camino, y uno solo. La teoría de las etapas lineales sirve para explicar esta hipótesis: en esta óptica, todas las civilizaciones deben pasar por las mismas etapas históricas, de manera que el subdesarrollo es una etapa primaria de este progreso histórico lineal²². Esta teoría ha encontrado una aplicación clásica en la doctrina elaborada por Walt Whitman Rostow, economista estadounidense y consejero de Seguridad Nacional del Presidente Lyndon Johnson, quien, en su paradigmático *Las etapas del crecimiento económico* (1960), desarrolló un modelo de crecimiento estructurado en cinco etapas, a saber:

1. La primera corresponde a la sociedad tradicional, con una economía de subsistencia determinada por los métodos tradicionales de producción.
2. La segunda etapa es una fase de transición y de fortalecimiento de las condiciones previas para el “despegue económico”. A partir de la generación de excedentes para el comercio, emerge una incipiente infraestructura de transportes.
3. La tercera etapa confirma el despegue económico basado en la producción industrial.
4. La cuarta, es aquella de la madurez, con una economía diversificada y oportunidades de inversión.
5. La etapa final es la del consumo masivo en la cual el sector de los servicios se convierte en el área dominante de la economía.

Debido al papel que Rostow ocupaba en el seno de la administración de Estados Unidos, su doctrina pudo influir por largo tiempo en la creación de

²² Para comprender el impacto que estas ideas han tenido en el largo plazo, merece aquí redescubrir la obra del sociólogo alemán Norbert Elias, quien ya antes del segundo conflicto mundial había realizado un sofisticado trabajo de “psicoanálisis de la civilización occidental” (Elias, 1939), reconociendo en el “proyecto de la modernidad” aquellos deseos (de superioridad) y frustraciones (surgidas por la negación de la diferencia) que dos o tres décadas después se volverán el objeto de estudio de científicos sociales del calibre de Jean Paul Sartre, Michel Foucault, Jacques Lacan o Pierre Bourdieu.

las agresivas políticas de asistencia de la superpotencia americana a los países “en vía de desarrollo”²³: un esquema operativo que se dirigía a obtener una primacía absoluta, a nivel global, del modelo cultural-económico liberal a partir de una acción internacional que no es exagerado definir como “paternalista”²⁴. Durante más de medio siglo, las acciones de la cooperación para el desarrollo se han limitado a una difusión unidireccional de los saberes y a un monólogo que la ciencia occidental ha proferido “de arriba hacia abajo”²⁵. En esta perspectiva, las culturas locales, con sus tradiciones, visiones del mundo, costumbres e identidades, pueden representar un obstáculo para alcanzar la modernidad. Tenemos que imaginar la revolución que, hasta en nuestros países, ha representado la llegada del progreso tecnológico en áreas como las de costumbres alimentarias o de parentesco. Este cambio, tal vez no muy gradual, ha significado una recodificación de las normas sociales de todas las comunidades humanas “tocadas” por la innovación. Se han creado nuevas reglas globales de convivencia, tal vez en antítesis con aquellas locales que habían tenido vigencia durante siglos y que se habían desarrollado en función de los recursos ambientales disponibles. Generar esos cambios ha necesitado un enorme gasto para transferir unos modos de vida de un país a otro y de un continente a otro, pero el objetivo había de considerarse casi completamente alcanzado ya antes de que se acabara el segundo milenio. Para este tercer milenio, el

²³ Entre otras cosas, Rostow mantuvo una fe ciega en la necesidad estratégica de conservar a toda costa la superioridad militar estadounidense frente a la avanzada del enemigo “externo”. Su actitud belicista durante la última fase de la guerra del Vietnam tuvo consecuencias desastrosas, debido a que motivó a la Casa Blanca a intensificar un conflicto que, tácticamente, ya había sido ganado por las guerrillas Viet Cong del Frente Nacional de Liberación.

²⁴ La doctrina de Rostow se apoyaba en los estudios de Daniel Lerner quien, en su *The Passing of Traditional Society* (1958), analizaba los efectos de la propaganda en los países del Medio Oriente y desarrollaba la hipótesis de la necesidad “histórica” de exponer los pueblos “tradicionales” de las naciones poscoloniales a los mensajes de la modernidad, para inducir una cierta empatía con los valores americanos y el *american way of life*.

²⁵ En aquellos mismos años, en los laboratorios universitarios de psicología se asistía al auge de las corrientes “conductistas” -interesadas en el análisis experimental del comportamiento y, más que todo, en la ingeniería del comportamiento (es decir, en la modificación de las conductas)- las cuales se basan en los mismos supuestos de la doctrina de Rostow (con la diferencia de que, en vez de aplicarlos a nivel masivo-social, los aplicaban a nivel individual-psicológico).

panorama cultural global manifiesta una evidente tendencia hacia la homogeneidad, que se logra, particularmente, con el uso estratégico de los medios de comunicación masiva creados y perfeccionados a lo largo de los siglos XIX y XX.

El modelo de interpretación “a dos pasos” (*two-step flow*) asigna a los *mass-media* el papel de herramientas de información (y de formación) de los grupos de ciudadanos más influyentes en sus comunidades de pertenencia: aquellos líderes de opinión cuyos puntos de vista tienen un cierto número de seguidores. El mensaje “innovador” del progreso se mueve, en un primer momento, desde las élites de poder hacia las clases medias y medio-altas a través de los *mass-media*. Esta burguesía de la información se ocupará, en un segundo momento, de interpretarlo y retransmitirlo hacia las clases populares. Lo que diferencia esta aguja hipodérmica de la mera propaganda es sólo el alcance político de sus enunciaciones: nada más.

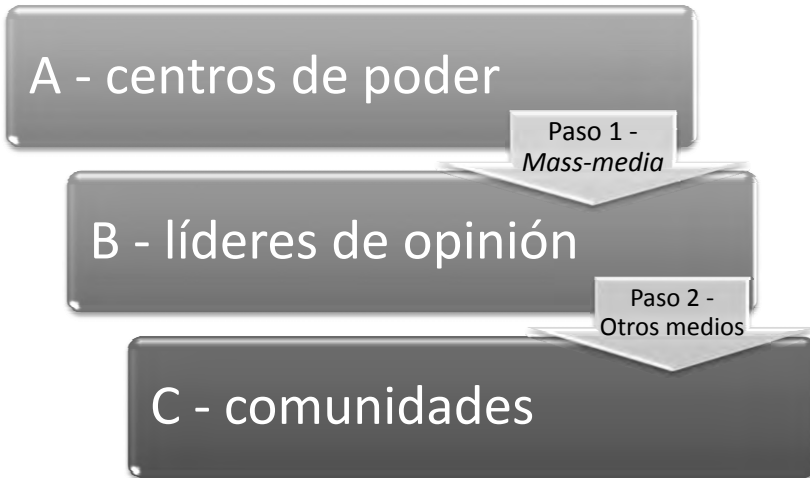


Figura 9. Modelo de difusión de las innovaciones a dos pasos (*two-step flow*).

Este mismo modelo se puede aplicar a todos los otros esquemas de difusión de las innovaciones orientados hacia la modificación de las prácticas sociales (y que pueden agruparse en una teoría del aprendizaje social) tales como las acciones de mercadeo social²⁶, las campañas de promoción de la salud²⁷ o el edu-entretenimiento. Estos esquemas de difusión han contribuido a matizar aquella línea de frontera que debería separar los conceptos de ciudadano de los de consumidor y nos han acostumbrado a interpretar nuestra identidad y nuestras opciones políticas en función de valoraciones que no son muy diferentes de aquellas que tenemos cuando, en los pasillos de un supermercado, elegimos una marca de papel higiénico en vez de otra.

3.2.3. *El paradigma de la dependencia: la comunicación es descolonización*

La situación de estancamiento socio-económico de los países del Sur del mundo en el siglo XX estimuló un candente debate crítico en numerosos centros de investigación que elaboraron una postura teórica común. Como respuesta al modelo de desarrollo como crecimiento, un nutrido grupo de científicos sociales (sobre todo latinoamericanos²⁸) elaboró un paradigma de

²⁶ El mercadeo social (*social marketing*) surge como disciplina alrededor del 1970, gracias al impulso de Philip Kotler y Gerald Zaltman, quienes reconocieron que los mismos principios de mercadeo que se utilizan para vender bienes, productos y servicios pueden ser utilizados para difundir ideas, actitudes y comportamientos (Kotler y Zaltman, 1971; Kotler 1992). Desde este punto de vista, el mercadeo social difiere del marketing clásico sólo con respecto a los productos comercializados, puesto que ambos, para alcanzar sus objetivos, hacen uso de las mismas herramientas y lógicas operativas.

²⁷ Hoy en día, los organismos de tutela y promoción de la salud de nivel nacional pueden apoyarse, para el desarrollo de sus actividades, en toda la amplia gama de posibilidades comunicativas que ofrecen los *mass-media*, de manera que las audiencias ciudadanas reciben una verdadera lluvia informativa acerca de los potenciales peligros para su bienestar. No obstante y paradójicamente estas campañas –que requieren de inversiones enormes a nivel planetario- no parecen alcanzar los objetivos que se han propuesto; pienso, por ejemplo, en la irrelevancia de los efectos de la "batalla contra el humo" que desde hace varias década intenta modificar -sin conseguirlo- el comportamiento de los fumadores (WHO, 2011 y FAO, 2003).

²⁸ Fue el argentino Raúl Prebisch quien en los años 40 instaló el debate en la intelectualidad latinoamericana; un debate que se desarrolló en el seno de la Comisión Económica para América

la dependencia que utiliza la dualidad centro-periferia y las teorías sobre los sistemas-mundo para sostener que la economía mundial tiene un diseño desigual y perjudicial para los países no-desarrollados (Wallerstein, 1998). La geometría imperfecta de nuestro sistema-mundo asigna a las antiguas colonias imperiales un rol periférico de producción de materias primas con bajo valor agregado, mientras que las decisiones fundamentales se adoptan en los países centrales, a los cuales se les ha asignado la producción industrial de alto valor agregado.

El enfoque utilizado por esos autores se interesa en las causas externas del subdesarrollo y, especialmente, en las relaciones de explotación impuestas por el capitalismo transnacional. La inspiración teórica de esta corriente económica-social se encuentra en una relectura de las tesis marxistas en diálogo con los postulados de Max Weber, cuyo pensamiento influyó notablemente en la estructura de este neo-marxismo crítico, construido a partir de una doctrina estructuralista que debe mucho a las inspiraciones de la Escuela de Frankfurt y a las ideas de autores como Adorno, Horkheimer, Lévi-Strauss, Foucault o Bourdieu.

Latina de las Naciones Unidas (CEPAL), cuya sede en Santiago de Chile albergaba, en aquella época, a los intelectuales más destacados del continente.



Figura 10. La galaxia poscolonial y los aportes más significativos al paradigma de la dependencia.

A pesar de las evidentes diferencias alrededor de los asuntos económicos, el paradigma de la dependencia comparte con el del desarrollo como crecimiento la misma visión de las oportunidades ofrecidas por la comunicación masiva. Los fautores de la “descolonización a través de la

información” crearon un marco institucional para desarrollar esta perspectiva con la formación, en los años 70, de un grupo de debate sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC) en el seno de la UNESCO. Se trataba de una propuesta surgida en el ámbito de los encuentros informales de los representantes de los países No Alineados (agrupación que incluía todas las naciones que habían optado por no alinearse ni con el bloque geopolítico norte-atlántico ni con el soviético) que se apoyaba en un proyecto internacional de reorganización de los flujos globales de información: la democratización de las comunicaciones para que todas las naciones pudieran tener voz en el sistema-mundo²⁹.

Esta propuesta teórica, que para sus críticos se ha limitado a una mera protesta desde la academia, tuvo el mérito de proponer una alternativa a la teoría estándar del desarrollo como crecimiento. Sin embargo, debemos reconocer que en muchos aspectos puede aparecer una versión “igual y contraria” de su antítesis. La razón es que sus enunciaciones han atribuido a los medios de comunicación los mismos roles que le asigna la propuesta capitalista: aquellos de ser vehículos de transmisión de un mensaje que, al fin y al cabo, resulta elitista y limitado a los niveles de poder (esta vez, pero, de los países en vía de desarrollo).

3.2.4. El paradigma alternativo: el diálogo para la integración social

Como en la lógica aristotélica, de una tesis y una antítesis debe resultar una síntesis. El paradigma alternativo de la comunicación, que incluye la

²⁹ Este concepto de “democratización de las comunicaciones” es relativo y hay que interpretarlo a partir del contexto en el cual ha surgido: los pensadores de aquellos años consideraban que lo más importante para alcanzar el “camino del desarrollo” era que los gobiernos de los países del Tercer Mundo (y los No Alineados) pudieran acceder al sistema económico global desde una posición de paridad con los otros países. Hoy en día, esta visión de la democracia resultaría demasiado limitada para responder a las aspiraciones populares posmodernas: quienes deben tener acceso al sistema de información global son los ciudadanos y las comunidades, más que los países.

aproximación propia a la comunicación para la paz, se alimenta de los alcances de ambas posiciones para proponer una visión diferente y constructiva de la comunicación. A partir de la perspectiva característica de los estudios culturales, con su objetivo de reivindicar las prácticas culturales y populares, esta propuesta pone el acento sobre la integración social y en la lucha contra las causas estructurales de la pobreza y del subdesarrollo para promover una gestión “desde abajo” de los recursos locales (económicos, naturales, culturales). Para la mirada “alternativa”, el verdadero desarrollo es la satisfacción de todas las necesidades humanas, desde aquellas básicas e individuales (un alojamiento y alimentación suficiente) hasta aquellas sociales y culturales: los derechos de tercera generación que corresponden a los niveles de dignidad y justicia.

A partir de este enfoque, la comunicación se entiende como un proceso orientado hacia el empoderamiento y la movilización participada, de carácter local, endógeno, participativo, igualitario y respetuoso de las diferencias culturales. La dinámica comunicativa surge “desde abajo” y mantiene un flujo en doble vía que permite un diálogo constante y continuo entre las comunidades ciudadanas y los centros de decisión. El proceso valoriza las audiencias, que pueden elegir las formas y los contenidos de la información gracias a la interactividad procesada por las nuevas plataformas tecnológicas y web 2.0.

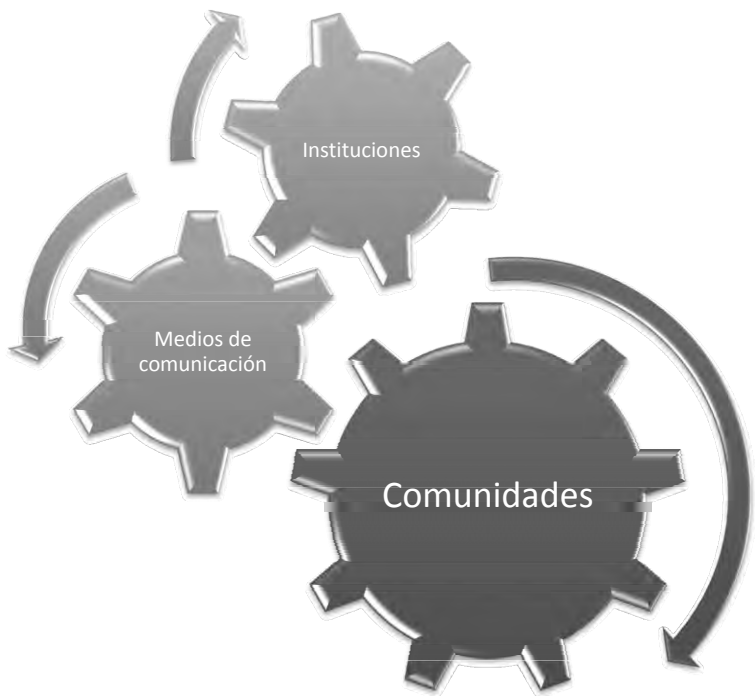


Figura 11. El paradigma alternativo: desarrollo “desde abajo” y flujo comunicativo en doble vía.

El paradigma alternativo debe mucho a la reflexión pedagógica del brasilero Paulo Freire quien, en las décadas de 1960 y 1970 desarrolló una “pedagogía de los oprimidos” que, establecía, por primera vez, un modelo de comunicación, información, educación y participación comunitaria. En el pensamiento de Freire *“alfabetizarse no es aprender a repetir palabras, sino a decir su palabra”* (1970: 23), de manera que la educación se transforme en un ejercicio dialógico para permitir a todos expresar sus opiniones: la

comunicación es un ejercicio de libertad, una forma concreta de participación política. La galaxia alter-mundialista³⁰ se ha apoyado en este paradigma, acompañada por instituciones y organizaciones de carácter gubernamental inspiradas por los valores propios a una interpretación humana del desarrollo³¹. Su aspiración es la de “transformar” el sistema global actual: “otro mundo es posible” a partir de una acción localizada y con la participación de las comunidades. El sistema de las Naciones Unidas ha acogido la propuesta alternativa (sobre todo en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio) y, en la actualidad, algunas de sus agencias aplican esos criterios para el desarrollo de su acción comunicativa. Es el caso, por ejemplo, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) o de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), entidades que han reconsiderado su estrategia operativa y que hoy dirigen esfuerzos hacia el fortalecimiento de las comunidades locales y su capacidad de elegir su destino. Especialmente la UNESCO que financia varios programas y acciones de desarrollo de comunicaciones locales como periódicos barriales o emisoras comunitarias y de espacios asociativos dirigidos al reconocimiento y la protección del patrimonio cultural de las comunidades.

³⁰ Entendida como una red mundial de colectivos y expresiones de la sociedad civil con orígenes, objetivos e ideologías diferentes pero agrupadas en torno a la esperanza de que “otro mundo es posible”. Su capacidad comunicativa es global: visibilizan sus ideas en sus plataformas web 2.0, tienen representantes en las administraciones públicas y en las organizaciones internacionales y otorgan entrevistas a medios planetarios. Existen movimientos campesinos (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, Via Campesina, Navdanya), redes de comercio solidario (Max Havelaar), asociaciones para la anulación de la deuda para los países del Sur (CADTM, Jubilé Sud), grupos de contestación radical (Reclaim the Streets), *networks* alternativos (Indymedia), organizaciones para la defensa de los derechos humanos (Amnesty International, Human Rights Watch) y ambientales (Greenpeace, Sierra Club, Legambiente), ONG en lucha contra la especulación financiera (ATTAC) y movimientos sindicales (Confederación Sindical Internacional) y de género (Marche Mondiale des Femmes).

³¹ La Iglesia Católica a través de su Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, en el ámbito institucional, y, a nivel no gubernamental, a través de SIGNIS, Asociación Católica Mundial para la Comunicación, ha apoyado en sus misiones el fortalecimiento de un modelo comunicativo “para la paz”.

Sin embargo, la propuesta alternativa ha tenido que enfrentar las críticas de quienes la acusan de estar basada en una visión utópica y, al fin y al cabo, romántica del progreso. Para dichas corrientes, un desarrollo en autogestión representa un escenario catastrófico, un triunfo de la entropía social³². Otros críticos le imputan una escasa replicabilidad operativa como consecuencia de que los planes de desarrollo alternativo se fundamentan en las comunidades y puesto que, obviamente, cada comunidad es diferente de las otras, ninguna propuesta local puede ser replicada en otras comunidades. Otros, finalmente, reconocen que la propuesta alternativa representa un verdadero elemento de choque (y hasta un obstáculo) para las lógicas operativas de aquellas agencias para el desarrollo interesadas en los resultados a corto plazo más que en los procesos a largo plazo (menos visibles y, por ende, menos mediáticos). En fin, se trata de una propuesta polémica que pone en riesgo el *status quo* de los poderes tradicionales y que pide un compromiso muy activo por parte de quienes quieran aplicarla. Entre los autores paradigmáticos de esta corriente se encuentran Jan Servaes (2008a), Robert Huesca (2008), Alfonso Gumucio Dagron (2001) y Timothy Kennedy (2008).

³² Se trata de una galaxia que reúne los pensamientos neo-liberales y neo-conservadores, así como ciertas visiones nacionalistas que desarrollan el pensamiento hobbesiano clásico y su cruda representación de la realidad humana. Según Hobbes, el ser humano es un potencial generador de conflictos sociales y necesita ser "controlado" para que su presencia no afecte la libertad de los otros (Hobbes, 1651). Su célebre aforismo *homo homini lupus* resume esta visión y justifica la perspectiva hobbesiana de la necesidad de un "Leviatán", una entidad superior que se ocupe de controlar (y ordenar) a la comunidad social. La presencia de un Leviatán conlleva una cesión de libertades por partes de los ciudadanos, quienes estarían dispuestos a perder una parte de sus derechos con tal de alcanzar el bienestar.

4. Estrategias comunicativas: un campo en expansión

La posmodernidad corresponde a una “edad crítica” de urgencias y conflictos. La hiper-conectividad y la globalización de las relaciones entre todos los actores sociales han contribuido, sin dudas, a complejizar los escenarios de referencia. No debe sorprendernos, entonces, que en la actualidad se le haya reconocido el rango de campo disciplinario a la labor de “encontrar soluciones a los problemas” (*problem solving*, en inglés). El *problem solving* es un método que se inscribe plenamente en el dominio científico de la comunicación puesto que utiliza las herramientas comunicativas para gestionar los procesos de aproximación, mediación y, finalmente, de intervención en las crisis³³.

4.1. Comunicar en la crisis

El comunicador para la paz del tercer milenio, deberá enfrentar múltiples factores de crisis, a menudo, entrelazados, que podemos clasificar a partir del listado que sigue:

- *Económicos y financieros*: originados por el desequilibrio de capitales;
- *Sociales*: causados por las subdivisiones de la sociedad (en clases o castas);
- *Ideológicos*: surgidos entre diferentes visiones del mundo;

³³ Sobre la gestión estratégica de las crisis existe un sinnúmero de trabajos y publicaciones de excelente calidad (Rumelt, 2011) que no se desarrollarán aquí puesto que el objetivo de este capítulo es el de introducir al lector en el campo de la gestión comunicativa de los conflictos.

- *Morales y religiosos*: generados por disputas entre sistemas de creencias;
- *Políticos y geopolíticos*: resultantes de las disputas por el control -el poder- sobre determinados campos sociales o territorios geográficos;
- *Étnicos*: de carácter xenofóbico;
- *Ecológicos*: que se originan en las luchas por el acceso a los recursos naturales.

Cada crisis puede tener diferentes causas, diversos factores constituyentes y, por ende, varias perspectivas desde las que pueda abordarse. En este sentido, es muy importante que el comunicador para la paz se aproxime al problema que abordará e intentará resolver desde una mirada “glocal”, es decir un punto de vista que sintetice tanto lo global como lo local. Esto obliga a que el problema sea de-construido y re-analizado desde las percepciones de las comunidades y de los actores geográficamente más próximos (ámbito local); y desde el punto de vista de de las instituciones y de las otras comunidades que han experimentado problemas similares (ámbito global). Pensar en estrategias comunicativas para la paz significa ponderar la contribución que pueden ofrecer las herramientas comunicativas para permitir el diálogo entre todos los actores interesados en la crisis y en la solución de ésta, en un clima de respeto hacia los derechos, la justicia social y la buena voluntad.

Cuando hay que enfrentar una crisis, es necesario organizar el trabajo para generar soluciones viables. Cada fase de este trabajo debe servirse de una utilización competente de la comunicación. Se trata del ciclo operativo de la comunicación para la paz, que ya planteamos en los capítulos precedentes. En primer lugar, es necesaria una labor de investigación dialógica que pueda poner en evidencia todos los factores de la crisis que deben ser analizados a

partir de una mirada global que no deje de lado los diversos puntos de vista ni las preferencias, percepciones o limitaciones de los actores involucrados en el proceso. En segundo lugar, es preciso facilitar la creación de espacios de reflexión que permitan un diálogo en doble vía entre ciudadanos, colectivos e instituciones, con el objetivo de encontrar soluciones plausibles y compartidas. En tercer lugar, es necesario definir una agenda de acciones prioritarias y de actividades complementarias: las ideas se vuelven propuestas y esas, a su vez, soluciones. La cuarta fase, más operativa, es la puesta en marcha de las soluciones que debe estar acompañada por una instancia evaluativa que, a lo largo de todo el proceso, evidencie tanto los puntos fuertes como las limitaciones de las acciones realizadas.

4.2. Entender la crisis: el diagnóstico

El seguimiento de un proceso de este tipo se puede hacer a partir de metodologías analíticas de simple aplicación que tienen que basarse en indicadores de fácil comprensión para todos los actores implicados en el proceso. Los responsables de la comunicación deben aplicar esas mediciones en todas las fases de su trabajo, para poder estar seguros del desarrollo correcto de los diversos procesos. Mi experiencia de investigación me lleva a recomendar dos métodos que considero más flexibles e inclusivos que otros. Se trata de dos matrices de diagnóstico que recogen, de manera esquemática, indicadores cualitativos (es decir, percepciones etnográficas) de carácter “comunicativo”, que se conocen por sus siglas FDAO y KAP:

- *FDAO* (conocida también como matriz DOFA): se trata de una matriz “en cuatro columnas” que resalta (y confronta) fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de un proceso determinado, según las percepciones de los diferentes actores implicados. Las fortalezas y las debilidades hacen referencia al nivel “humano” del proceso (los colectivos y las personas), mientras que las amenazas y las oportunidades son factores de carácter ambiental: el contexto de desarrollo del proceso. Para su interpretación es suficiente cruzar las cuatro variables entre sí (F-D, F-A, F-O, D-A, D-O, A-O), de manera que las seis resultantes sintetizan un escenario que valoriza, de manera realista, los recursos propios de la comunidad y las necesidades que resultan por su contexto de referencia³⁴.
- *KAP*: es una matriz de origen anglosajona, que recoge las impresiones percibidas acerca de los conocimientos (los saberes y las capacidades: *knowledge*), las actitudes (las lógicas de acción y las visiones del mundo: *aptitudes*) y las prácticas (las acciones cotidianas, los rituales, las formas de transmisión de los saberes o de las normas sociales: *practices*) de una determinada colectividad.

A las mediciones propuestas se pueden añadir otras matrices o métodos (por ejemplo estadísticos, basados en datos cuantitativos; o etnográficos, obtenidos a través de observaciones cualitativas³⁵) para complementar los resultados conseguidos. Así mismo se pueden tomar en cuenta otras

³⁴ El trabajo pionero de investigadores como Patricia Bryon y Beatriz Enciso, en Colombia, ha contribuido al desarrollo y a la sofisticación de esta matriz. Me aprovecho de esta nota al pie para agradecerles el haberme iniciado en este simple y efectivo método de medición social y por haberme mostrado su correcta aplicación.

³⁵ Un texto clásico para todo investigador social interesado en el análisis de los datos etnográficos es la *Guía para la clasificación de los datos culturales* publicada por la Organización de los Estados Americanos (Murdoch et al., 1963). A pesar de haber sido redactada ya hace medio siglo, no ha perdido actualidad y conserva la ventaja de mostrar un esquema básico y sencillo para “poner orden” en las informaciones recogidas durante el trabajo “en el terreno” (el *fieldwork*).

variables más específicas (relacionadas con determinadas competencias, capacidades productivas, factores ambientales o con otros campos de análisis) de acuerdo con los alcances y los objetivos del trabajo. El análisis de las matrices de clasificación de las informaciones arroja, generalmente, unos elementos que, por su relevancia y significación, deben ser socializados y discutidos con todos los actores implicados en el proceso. Es en esta fase es necesario identificar relaciones y conceptos que puedan completar y perfeccionar el panorama de trabajo. Se trata de una operación de *brainstorming* (en inglés, literalmente, traduce “lluvia de ideas”) en el que se enumeran todos los puntos que la estructura del proceso deberá intervenir, así como la relevancia que asumen para cada actor. Este listado permite la construcción de una *tagcloud* (literalmente, “nube de tag”), es decir una representación gráfica que expone las ideas clave, las dispone en el espacio (según su cercanía) y las expresa por su tamaño (en función de su relevancia).



Figura 13. El diagnóstico: del *brainstorming* al *tagcloud*

4.3. Intervenir en la crisis: estrategia y táctica

A partir del *tagcloud* obtenido podemos diseñar una serie de estrategias de intervención para cada factor de crisis. Cada proceso puede necesitar de diferentes esquemas de acción, en función de la complejidad de la situación. El campo de la comunicación ofrece una gama de posibilidades que es posible esquematizar de la siguiente manera³⁶:

Intervenciones basadas en la comunicación interpersonal:

- *Acciones educativas:* puede tratarse de talleres, seminarios, cátedras u otros momentos de formación y empoderamiento. Su función principal es el desarrollo y el fortalecimiento de competencias generales como la alfabetización de los adultos; y, específicas como, la gestión de una cooperativa de producción³⁷.
- *Acciones investigativas:* de carácter académico o divulgativo. Su objetivo es fortalecer las identidades comunitarias. Este tipo de acciones posibilitan que los colectivos se conozcan y reconozcan gracias a herramientas como entrevistas, grupos focales, etnografías y auto-etnografías, historias de vida o cartografía social³⁸.
- *Acciones reflexivas:* momentos de encuentros e intercambio (debates públicos, mesas de diálogo, negociaciones públicas, foros, simposios, congresos, charlas, conversatorios) cuyo objetivo es el desarrollo de la

³⁶ Hay que entender este esquema de manera flexible, puesto que algunos tipos de intervenciones pueden generarse a partir de la utilización combinada de contactos interpersonales y de medios de información.

³⁷ La UNESCO ha publicado una monografía clave sobre el tema con énfasis en la educación escolar y primaria (1983).

³⁸ El concepto de investigación popular (*bottom-up*) debe mucho a la labor de Orlando Fals Borda, el reconocido sociólogo colombiano quien trabajó durante toda su vida académica en la Investigación Acción Participativa (IAP), un método de investigación cualitativa que pretende no sólo conocer las necesidades sociales de una comunidad, sino también agrupar esfuerzos para transformar la realidad con base en las necesidades sociales (1978).

interpretación crítica de la realidad en las comunidades. Es una manera de generar “audiencias activas”, informadas y capaces de forjar sus opiniones y, por ende, sus propuestas.

*Intervenciones basadas en los medios*³⁹:

- *Acciones informativas*: en cuanto a estas es necesario distinguir entre dos campos de acción. En el primero, las intervenciones se basarán en los *mass-media* (prensa, radio o televisión), es decir en aquellos medios dirigidos a informar a las audiencias masivas de los ámbitos local, nacional o global. En el segundo caso, las acciones se construirán alrededor de medios de información “alternativos” (“no convencionales”) cuyo espectro es enorme: desde los periódicos murales, los dazibao, las historietas o la literatura infantil, hasta el perifoneo o los servicios de información basados en la telefonía (mensajes de texto y multimedia).
- *Acciones creativas*: esta categoría agrupa a todos los tipos de *performances* en el campo de las artes, la música y el espectáculo. Puede tratarse de representaciones teatrales, exposiciones de fotografía, proyecciones públicas, producción de videos y cortometrajes, lipdub, grafiti, marchas, *flash-mob*, *sit-in*, espectáculos circenses o conciertos musicales. Es preciso resaltar que la expresión artística es una forma sublime de comunicación, que puede visibilizar emociones, percepciones y memoria histórica cuyo papel ha sido fundamental en momentos de cambio histórico transcendental⁴⁰ y que

³⁹ Entiendo aquí por medio todo instrumento o forma de transmisión de un mensaje por el cual se realiza el proceso comunicacional.

⁴⁰ Valgan aquí dos ejemplos: la euforia creativa del Renacimiento en Italia, que acompaña la revolución política humanista y la crítica reformista hasta el Concilio de Trento; y, la liberalización cultural originada por las protestas estudiantiles del 1968, que se visibilizó a través de las nuevas formas de arte y de las *performances* callejeras de los contestatarios.

su valor educativo puede generar cambios importantes a nivel comunitario.

- *Acciones híbridas*: las nuevas tecnologías de la Información y de la comunicación (TIC) nos ofrecen la posibilidad de construir plataformas comunicativas con alto índice de interactividad que pueden hospedar acciones que incluyen todos los tipos citados hasta ahora (creativas, informativas, reflexivas, investigativas y educativas). El web de segunda generación (web 2.0), a través de los blog (también en su versión *fotoblog* y *videoblog*), de los sitios web, de las redes sociales, de los *podcast*, *webinar* y del intercambio de documentos entre pares (*peer to peer* – P2P) permite a cada ciudadano del planeta el acceso a la aldea global. Las comunidades formadas en el uso competente de las TIC pueden informar e informarse, expresar sus visiones del mundo y sus consideraciones sobre el futuro; es decir que pueden colmar, de manera autónoma, el vacío informativo que representan el *digital divide* y el *e-gap*.



Figura 14. Herramientas comunicativas alternativas: el perifoneo. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2007)

Figura 15. Herramientas comunicativas alternativas: las galerías de la memoria y la información como panorama urbano. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2008)



Figura 16. Herramientas comunicativas alternativas: la educación popular. Taller de música popular para jóvenes en un pueblo andino. (Fotografía de Maurizio Ali. Chía, Colombia, 2006)

Figura 17. Herramientas comunicativas alternativas: los murales. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2009)

El comunicador que se encuentra involucrado en un proceso de desarrollo humano puede contribuir, de manera profesional, en el diseño de las diversas estrategias mencionadas a sabiendas de que su supuesta objetividad se quedará en un ideal difícilmente practicable. Las intervenciones sociales, por definición, involucran al ser humano razón por la cual el comunicador no podrá analizarlas como si fueran una pintura del siglo pasado: desde lejos. Nuestro comunicador, en su papel de actor social inmerso en un proceso de cambio social tiene por lo menos tres perspectivas posibles que enunciaré para que sirvan de estímulo a la reflexión y para entender el estilo personal con el cual se puede desarrollar una labor de este tipo⁴¹:

- *Opción 1: Defensoría y activismo.* En este caso, el comunicador opta por una aproximación más “combativa”. Es preciso mencionar que el proceso es una “lucha para la obtención de un derecho” y, por tanto, algunos actores implicados en el proceso pueden convertirse en “enemigos” del comunicador.
- *Opción 2: Visibilización y denuncia.* Es el caso que mejor se aplica a los periodistas de investigación que se comprometen con una causa y se preocupan por mediatizarla y mantenerla en la agenda política.
- *Opción 3: Fomento y estímulo “desde adentro”.* El rol del comunicador es menos visible, puesto que su objetivo es el de empoderar, más que de hacerse intermediario o vocero de una comunidad que no tiene voz.

⁴¹ Debo esta clasificación a Tim Kennedy, quien la utiliza en su emocionante auto-etnografía de comunicador para el desarrollo en el Gran Norte americano (2001).

Mi preferencia va hacia la tercera opción, puesto que considero que encarna mejor el espíritu de la comunicación para la paz con su vocación hacia el equilibrio entre las voces, evitando la sobre-representación del comunicador. Sin embargo, independientemente de la opción que aplique el comunicador, la clave para construir una estrategia efectiva es la participación de todas las instancias: todos deben ser informados de cada paso que se quiere dar, todos deben poder opinar antes de que se actúe y todos deben poder participar en las acciones puestas en marcha. El camino del desarrollo es mancomunado.



Figuras 18. *Performances* callejeros para la expresión política: el *living theatre*. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2006)



Figuras 19. *Performances* callejeros para la expresión política: la sátira. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2006)



Figuras 20. *Performances* callejeros para la expresión política: el *flash-mob*. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2006)

5. Reflexiones finales

Nuestro rápido recorrido a través de los elementos más significativos de la comunicación para la paz nos muestra un nuevo enfoque para la intervención social. Las ciudadanías se han transformado y con ellas evolucionan los esquemas de acción para generar cambios. No podemos esconderlo: los ciudadanos posmodernos -en Londres como en Mumbai, en Nueva York como en Lagos- se están transfigurando en “súbditos” poco inclinados hacia la responsabilidad individual, faltos de sensibilidad en cuanto al destino moral de la humanidad, despreocupados en cuanto a adquirir compromisos consigo mismos y, menos aún, con el mundo; convencidos de que la receta de la felicidad consiste, principalmente, en entregar “votos en blanco” a todo individuo u organismo que muestre aquel talento inefable que se llama carisma⁴². Para contrarrestar esta tendencia, la comunicación para la paz debe tener como prioridad la formación y el empoderamiento de unas audiencias conscientes y críticas. El cambio social debe intervenir para permitir el bienestar general a partir de la participación de todos. Se trata, lo decimos una vez más, de un giro conceptual que tiene los alcances de una revolución para quienes se ocupan a nivel profesional de las posibilidades ofrecidas por la comunicación para el desarrollo. Sintéticamente, quiero presentar aquí los puntos focales de este cambio, para que sirvan de

⁴² La palabra es de origen griego y en su origen significaba gracia. En la actualidad, hay que entenderla a partir de la interpretación que le dio la teología católica, para la cual se trata del don natural que Dios puede otorgar a un creyente para el bien de la Iglesia; en sentido político, se aplica a aquellos individuos en los cuales las masas han reconocido los “hombres de la providencia” (Rea, 2011). Solo para citar algunos ejemplos, tenemos a Mussolini, Hitler, Stalin, Mao, Pol Pot o Mugabe: líderes “carismáticos”, aclamados por multitudes que han identificado en ellos la posibilidad de un “mundo nuevo” a partir de una “destrucción creativa” (concepto que introdujo Shumpeter para explicar el desarrollo moderno y su naturaleza autocrática. 1942). La lección de la Historia nos enseña que habría que temerles, puesto que la personalización de la política induce a peligrosos comportamientos autoritarios; sin embargo, la actualidad internacional (en Italia con Berlusconi, en Francia con Sarkozy, en Estados Unidos con Bush y en Rusia con Putin) nos muestra que estamos lejos de haber evitado la regeneración del problema.

argumento de reflexión para el profesional interesado en aplicar (o en profundizar) estos patrones operativos:

- El primer cambio se refiere al objeto de la intervención. Se pasa de las masas como destinatarias de un mensaje (dirigido a transformarlas) a los individuos y las comunidades como agentes de su propio cambio.
- El segundo cambio se enfoca hacia el objetivo de la intervención. En este caso, en vez de centrarse en los comportamientos individuales (que necesitan “progresar”), el interés del proceso debe fortalecer un desarrollo desde adentro de las normas sociales, políticas de gestión de los recursos, cultura y de un medio ambiente adecuado.
- El tercer cambio aplica para la fase de toma de decisiones de la intervención. Si bien la escuela clásica había acostumbrado a considerar la lógica comunicativa como una secuencia (productiva) de diseño, prueba y distribución de un mensaje; la apuesta humanista de la comunicación para la paz nos induce a reconsiderar esta praxis. Su labor debe dirigirse hacia el apoyo al diálogo y al debate sobre temas claves de interés para un determinado colectivo, con la participación de todas las instancias interesadas.
- La cuarta transformación se refiere a los aspectos operativos. Las operaciones comunicativas de muchas administraciones, ONG o agencias para el desarrollo se basan en el traspaso de información a cargo de técnicos expertos. En este *two-step flow* el mensaje se complejiza y se vuelve difícilmente digerible para las comunidades. Nuestro cambio quiere incorporar adecuadamente esta información a los espacios de diálogo horizontal: debates, foros y encuentros ciudadanos. Una comunidad informada, ya lo sabemos, puede tomar decisiones sobre su destino de manera más consciente y crítica.

- El cambio precedente induce a otra transformación -la quinta- inherente al papel de los “expertos externos” que, en el paradigma modernista, dominan y guían el proceso de desarrollo. Dado que la paz se construye desde el interior se le otorga el papel protagónico a los verdaderos sujetos de la comunicación: las comunidades afectadas por un problema.
- El sexto cambio se traduce en un abandono de la praxis persuasiva que asignaba a la comunicación la responsabilidad de convencer a la gente para que actuara de determinada forma. La comunicación para la paz no acepta el discurso persuasor: su único papel es el de contribuir a motivar a los colectivos para debatir sobre la mejor forma de avanzar en un proceso de colaboración. Lo cual significa, también, que el marco de este cambio no es una reglamentación impuesta “desde arriba” sino, por el contrario, una “normativa consensuada” por todos los actores participantes que, por tal motivo, es aceptada por todos.

En fin, podemos simplificar al extremo diciendo que hay que pasar de un modelo *top-down* a un modelo *bottom-up*, y esto implica que cada fase y cada aspecto de todo proceso comunicativo tenga como objetivos la paz, la justicia y la dignidad humana. Se trata aquí de resaltar y amplificar el rol movilizador y empoderador de la comunicación que, en esta perspectiva, puede contribuir para que las comunidades se cuestionen (y reflexionen) sobre su identidad, su praxis y su futuro. O, para decirlo de otra forma, para que cada colectivo pueda investigarse y contestar a tres preguntas clave: ¿quiénes somos?, ¿qué queremos? y, finalmente, ¿cómo podemos obtenerlo?



Figura 21. Comunicación y medios. (Fotografía de Maurizio Ali. Burdeos, Francia, 2005)

PARTE II

MEDIOS Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

1. Un abreboacas para la discusión

Esta segunda parte de nuestro trabajo tiene como objetivo el de presentar a los lectores dos ejemplos de medios, herramientas y estrategias participativas analizadas a partir de una mirada comunicativa “para la paz”. En el primer caso, he querido analizar las posibilidades ofrecidas por los laboratorios de observación de los medios, una propuesta que se aplica a menudo en las Facultades de Comunicación y que puede fácilmente emplearse en las comunidades con el objetivo de fortalecer sus procesos de reconocimiento de la identidad. En el segundo caso, describo el caso de los asuntos étnicos desde una perspectiva *emic* (desde adentro: los medios étnicos que hablan de las cuestiones étnicas) y *etic* (desde afuera: los medios masivos que informan sobre lo étnico)⁴³.

El objeto de ambos ejemplos se limitó a los medios de comunicación, particularmente porque esas herramientas sociales siempre han capturado mi interés. Hubiera podido presentar otras dinámicas, pero he preferido concentrarme en dos casos tan específicos para así disponer del espacio que me permita desarrollar unos conceptos y unas ideas que, espero, puedan contribuir a alimentar el debate sobre la comunicación como

⁴³ El modelo *etic/emic* aplica para la interpretación social de las conductas. Cuando el científico social (lingüista, etnólogo, antropólogo, historiador) intenta conocer determinados contenidos culturales de una comunidad, tiene la posibilidad de proceder a partir de un punto de vista *etic* o *emic*. En el primer caso, tratará de reproducir o, al menos, fijar las coordenadas de estos contenidos culturales a partir de factores “universales”: algo así como una reconstrucción “externalizada” de la cultura analizada. En el segundo caso, tratará de reproducir esos contenidos culturales tal como los ven los individuos que pertenecen al pueblo de referencia o tratará de reproducir las operaciones que los sujetos agentes de esas gestas llevan a cabo cuando las realizan. Los términos, introducidos por primera vez por el lingüista Kenneth Pike, han sido popularizados en los trabajos de Marvin Harris en donde *emic* serían las descripciones y explicaciones que son razonables y significativas para el participante, mientras que *etic*, serían las descripciones y explicaciones consideradas apropiadas por la comunidad de observadores científicos (1995). La meta de las explicaciones *etic* es entonces la de generar teorías científicas sobre las diferencias y similitudes socioculturales.

generadora de cambios sociales. Se trata de una preferencia personal, obviamente, pero deseo sinceramente que también el lector interesado en otras herramientas y dinámicas comunicativas pueda encontrar en estas páginas estímulos para la reflexión.

2. Observar los medios: un ejercicio para la paz⁴⁴

Los medios masivos se pueden leer, mirar, escuchar... pero, también, analizar. Es posible investigar sobre sus formas, contenidos, mensajes o sus contextos de producción y a partir de los resultados de estas investigaciones se pueden obtener informaciones que, oportunamente incluidas en los procesos de dirección editorial, contribuyen a modificar la agenda periodística hacia los intereses de una comunidad.

En general, quienes se preocupa por observar los medios son las Universidades o los organismos (fundaciones, asociaciones, ONG) defensores de la libertad de expresión. Mi propuesta, ahora, es la de transferir hacia las audiencias las competencias analíticas necesarias para investigar los medios, para que sean las ciudadanía quienes se encarguen de una vigilancia popular del panorama mediático. Se trata de unos procesos que incluyen el fomento de la investigación formativa de los ciudadanos, la proyección social de los colectivos y la construcción de ciudadanía activas.

La primera parte del texto está dedicada a presentar un marco conceptual para entender el panorama mediático posmoderno y la falta de una regulación clara de la cual gozan los medios masivos relacionados con los centros de poder entendida ésta como una libertad de acción total que se ha apoyado en unas audiencias pasivas, acríticas e incapaces de hacer respetar

⁴⁴ El presente capítulo recoge de manera sintética algunas de las conclusiones obtenidas en el marco del Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás de Aquino de Bogotá (<http://observatoriodemediosfcsp.blogspot.com/>) así como muchas reflexiones surgidas en el marco de las labores del Proyecto de Investigación interinstitucional "Industrias mediáticas en la región Bogotá centro" liderado por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá y cofinanciado por el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia (COLCIENCIAS).

su derecho a ser informadas de manera ética. En la segunda parte el interés principal se orienta a valorar las propuestas de veeduría ciudadana de los medios para destacar aquellos “universales” que describen las características generales de un Laboratorio de Observación de los Medios de Comunicación (LOM); así mismo se analizan las oportunidades que éstos pueden ofrecer en términos de desarrollo de procesos humanos de alto impacto social acordes con el talante humanista de la comunicación para la paz; y, finalmente, la descripción de algunos aspectos operativos que puedan servir para la puesta en marcha de un LOM comunitario o popular.

2.1. ¿Qué es un Laboratorio de Observación de Medios?

Un LOM es una herramienta de investigación cuyo propósito es contribuir a la identificación, análisis y discusión de problemas propios de la comunicación. Su principal finalidad es el control del cumplimiento de las funciones que corresponden a los medios de comunicación como son las de informar, empoderar y denunciar, a partir de análisis e informaciones que posibiliten la construcción de escenarios de debate público y de reflexión académica, con espíritu crítico, independiente y propositivo.

En el ámbito comunitario un LOM es un escenario que proporciona formación teórica y capacitación en investigación altamente cualificadas para el estudio interdisciplinario de la comunicación y de los procesos de emisión, circulación y recepción de los productos mediáticos. En términos de proyección social, su objetivo es el de elevar la calidad y la responsabilidad en el cubrimiento periodístico a través de un esfuerzo de retroalimentación basado en un diálogo constante entre la ciudadanía y los mismos medios de comunicación, apoyado por los resultados que arroja su trabajo de veeduría.

Un LOM es, entonces, una herramienta de construcción de tejido ciudadano que se constituye como un foro en el cual los usuarios de los medios de comunicación -investigadores, lectores, oyentes, telespectadores e internautas- pueden manifestar sus opiniones y participar activamente en el proceso de la crítica mediática constructiva y propositiva; campo en el que, hasta el momento, los ciudadanos han cumplido un papel de meros agentes pasivos. Efectivamente, sumergidos por el caudal informativo que nos proporciona la “modernidad” y que, en muchas ocasiones, confunde, los ciudadanos/consumidores no han podido desarrollar criterios de interpretación idóneos que les proporcionen los elementos de juicio suficientes para tomar decisiones conscientes en el campo político, económico y social. Es evidente que las decisiones son la resultante de diversos factores pero, entre ellos, puede ser determinante la orientación que brinda un atento y cuidadoso seguimiento evaluativo del trabajo de los medios de comunicación como el que se realiza en un LOM. Además, como nos recuerdan los investigadores que integran el Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, en Colombia:

“Los medios pertenecen mayoritariamente a empresas privadas cuyas decisiones responden de modo legítimo a los designios de sus accionistas y representantes. No obstante, los medios constituyen un servicio público, con garantías y privilegios específicos previstos en varios artículos de la Constitución, que presuponen imperiosas contrapartidas en materia de deberes y responsabilidades de comunicadores, dueños de los medios y anunciantes. El Observatorio de Medios tiene como objeto establecer parámetros útiles para verificar el cumplimiento de esos deberes que deben fomentar la convivencia ciudadana y el funcionamiento de la sociedad dentro de un orden conveniente y replicable” (OdM La Sabana, 2006).

En una sociedad participativa, como debería ser la nuestra, un LOM puede actuar como un ente investigador de los fenómenos de la comunicación con el fin de orientar a la opinión pública y lograr mayor y mejor participación de los ciudadanos en las decisiones políticas que les afectan.

2.2. Sobre la permanencia de los espacios coloniales en el panorama mediático posmoderno

“El poder es la guerra, es la guerra proseguida por otros medios”

[Foucault, 2001: 27]

El filósofo francés Michel Foucault, invirtiendo el célebre aforismo del polemólogo prusiano Carl Von Clausewitz (1832), alguna vez pregonó que el conflicto no es “la continuación de la política por otros medios” sino que, por el contrario, en la sociedad posmoderna y neoliberal, se está revelando una presencia constante, una lógica omnipresente de “enfrentamiento persistente” (Foucault, 2001). Se trata de un escenario en el cual es necesario pensar en términos de tácticas, en el que siempre hay y habrá un adversario y en el cual la única solución posible es la derrota del enemigo.

De hecho, las lógicas de dominación hegemónica que han sido establecidas en todo el Sur del mundo se basan en un esquema de reproducción del poder que no es nada más que una versión -quizás actualizada- de aquel cementerio de élites del cual nos hablaba, hace casi un siglo, el sociólogo italiano Vilfredo Pareto (1916). En las periferias planetarias, siguiendo la perspectiva de Pareto, se han desarrollado grupos de poder -esto es, élites-

que tienen a la vez, volviendo a una diferenciación ya descrita por Machiavelli (1513), actitudes de leones o de zorros. En algunos casos usan la coacción, la fuerza (la *macht* weberiana. Weber, 1919) para imponer su soberanía; en otros, se valen de la persuasión y el enmascaramiento (la *herrschaft*) que en la literatura académica llamamos propaganda y que, más prosaicamente, tendríamos que definir como “ficción”⁴⁵: una “mentira que convence” y que se transforma en realidad y pensamiento único, puesto que se apoya en la legitimidad más estable y duradera que nos ofrece la posmodernidad esto es aquella proporcionada de manera “indolora” con la contribución de los medios de comunicación (Ramonet, 1995).

Esta forma de control social, la cual ha permitido a los integrantes de las élites *glocales* aprovecharse de manera incontrolada de los recursos naturales a través de la esclavitud y de la proletarización de los grupos marginados, se basa en un capitalismo (salvaje, como lo definió el mismo Papa Juan Pablo II en su encíclica *Centesimus Annus*⁴⁶. Ioannes Paulus PP. II, 1991) que ha ido siempre de la mano con los medios de comunicación que han formado nuestra “Cultura del Desarrollo” (en mayúscula porque es oficial, institucional e instrumental): un imaginario que, a pesar de su ímpetu apologético, se ha identificado como nacionalista y populista y el cual, al fin y al cabo, ha quedado frustrado en el innatural intento de esconder su real identidad. Recordemos algunos ejemplos latinoamericanos: la información “desde arriba” crea mitos asociados a las proezas futbolísticas del “pibe” Diego Armando Maradona o a las riquezas del “patrón” Pablo Escobar, dejando de lado los efectos de la violencia estructural y del conflicto armado y social que tienen que padecer cotidianamente los más de doscientos millones de pobres del continente. El capitalismo “de rapiña” que opera desde hace cinco siglos en toda América Latina y, con formas diferentes pero

⁴⁵ Una extensa disertación sobre el argumento se encuentra en la más reciente producción teórica de Noam Chomsky (1995).

⁴⁶ La encíclica *Centesimus Annus* fue publicada en mayo de 1991 en el centenario de la encíclica *Rerum Novarum*, del Papa León XIII y pieza clave de la doctrina social de la Iglesia.

con efectos parecidos, en todas las zonas de frontera de la aldea global, ha necesitado de una ciudadanía dócil y respetuosa de aquel espejismo que llaman “democracia”. Para alcanzar este objetivo el capitalismo se ha apoyado en aquellas “industrias culturales” que, como reconocieron los científicos sociales asociados a la Escuela de Frankfurt desde 1930, no son solamente empresas dedicadas a la producción de servicios sino estructuras que, con el objetivo de acumular ganancias (lógica constitutiva de las corporaciones capitalistas), crean meta-realidades en las cuales las audiencias se vuelven domesticadas y dispuestas a deshacerse de sus responsabilidades ciudadanas para rebajarse al papel de meros consumidores⁴⁷.

El análisis de las estructuras de la posmodernidad, con las diferentes perspectivas que le dieron Michel Foucault, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard, Teun Van Dijk, Ernesto Laclau (solo por citar algunos ejemplos paradigmáticos), han evidenciado la influencia creciente que los medios de información tienen para el establecimiento de una “masa social” indiferenciada sea en su aspecto formal o en su homogeneidad de pensamiento. La fantasía cinematográfica nos perfila desde un “efecto Matrix” hasta un “universo Truman Show” en los cuales nuestra realidad, ignaros ciudadanos-consumidores, es manipulada por meta-poderes que, por su identidad “meta” –es decir, superior-, son difíciles de identificar y, por supuesto, responsabilizar. Los mismos ciudadanos-consumidores, incapaces de “recordar” su paisaje social de referencia, prefieren entonces aturdirse con eslóganes que, a pesar de su carácter eminentemente publicitario, inundan los espacios de información de los medios masivos. Nada nuevo: el periodismo ha dado licencia a la noticia “spot”, la frase “memorable”, el juego

⁴⁷ Las reflexiones de la Escuela de Frankfurt, en particular las de Theodor Adorno y Max Horkheimer (1992), tienen un enfoque enfatizado en lo sociológico y se detienen en el análisis de las relaciones que subyacen en el surgimiento de las industrias culturales y la génesis de la sociedad de masas. Una aproximación conceptual más amplia y enfocada hacia los aspectos políticos y económicos de estas empresas se encuentra en Narvaez (2008).

de palabras que “dispara la audiencia”; una audiencia que, como en el imaginario macondiano de Gabriel García Márquez, vive hipnotizada en un realismo mágico (la meta-realidad) anacrónico y “marciano”. Los encantadores de serpientes, en este caso, han sido las industrias culturales nacionales y multinacionales que a través de su “inmensa” producción, por lo menos en términos cuantitativos, han impuesto en todos los campos de la Cultura (de nuevo, con mayúscula) unas identidades coloniales construidas para satisfacer los gustos y las necesidades de una reducida minoría (las élites).

2.3. Consideraciones generales para el desarrollo de un Laboratorio de Observación de los Medios

Ahora que nos resulta más evidente la importancia de analizar formas y contenidos de la comunicación mediática, tenemos que discutir sobre las maneras de hacerlo. Comenzamos por volver al concepto de observación como ejercicio analítico. No nos neguemos que los observatorios están de moda. Se observa de todo un poco: los derechos humanos, la crisis del mercado inmobiliario, la comunicación sexista, la neutralidad tecnológica, la oferta hotelera, el cambio climático o las multinacionales. Existen observatorios de sociología, pedagogía, psicología y, claro está, de astronomía. El panorama actual, en este sentido, ofrece un abanico de posibilidades impensable hasta hace una década y es muy probable que este progreso sea deudor de aquellos procesos interdisciplinarios que han facilitado y permitido el diálogo entre campos del conocimiento que en un tiempo fueron considerados eminentemente “cualitativos” (como las ciencias de la comunicación) o “cuantitativos” (como las ciencias estadísticas). Además, hay que tener en cuenta el importante aporte que han

proporcionado las disciplinas relacionadas con el análisis del discurso y, de una manera más general, con la semiótica y su interés por interpretar los signos y los símbolos que subyacen en nuestra sociedad.

Para los alcances de este documento, realizar una revisión sistemática de todos los LOM existentes constituye una tarea demasiado ardua. Se trataría de sistematizar un número incalculable de experiencias de carácter individual, privado, público y, a menudo, internacional, en campos tan diferentes como la ecología, industria, finanzas, derecho, moda, teología, bioética o las artes. El comunicador interesado en desarrollar un proceso de este tipo, podrá comenzar por el análisis de los LOM de aquellas entidades globales, continentales y nacionales que, basándose en el concepto de *networking* (trabajo en red), desarrollan investigaciones de muy amplio alcance sobre medios de comunicación, noticias emitidas y comportamiento de las audiencias⁴⁸. La razón de esta sugerencia es doble: en primer lugar, porque es importante no repetir el trabajo que ya otros están haciendo y, en segundo lugar, porque es necesario aprender de las buenas prácticas y de los errores de nuestros colegas.

En la actualidad, el análisis de medios de comunicación enfocado hacia temas relacionados con el desarrollo humano puede considerarse un ejercicio “para pocos”. Quienes más observan y hacen seguimiento son las empresas capitalistas (y sus servicios de marketing) con el objetivo de medir su visibilidad en noticias, publicidad y en las secciones especiales de los medios. ¿Por qué son pocos los que se preocupan por el desarrollo humano? Es muy probable que esto sea debido a dos causas: la primera de

⁴⁸ A nivel mundial la entidad más relevante, en este campo, es la iniciativa Who Makes The News (whomakesthenews.org), la cual realiza estudios intercontinentales enfocados hacia el estudio de las personas y entidades que “hacen las noticias” y que, por ende, resultan sobreexpuestos mediáticamente: un fenómeno que, inevitablemente, tiende a crear aquellas “voces ausentes” que, por causa de su pobreza o su imposibilidad de acceder a los medios, no están admitidos a participar en el debate global sobre el desarrollo humano. A nivel latinoamericano, por ejemplo, se destaca la labor de la Red Latinoamericana de Observatorios de Medios. Un estudio detallado sobre los LOM en América Latina, basado en un análisis de sus elementos comunes y rasgos diferenciales, se encuentra en Herrera (2005).

ellas sería la sobreproducción periodística sobre estos temas (que, a menudo, se simplifican en el catastrofismo informativo sobre conflictos armados, emergencias sanitarias, crisis humanitarias, desastres naturales o violencias urbanas) y, una segunda, que estaría en función de la extrema superficialidad con la cual, en general, estos asuntos son tratados por los mismos medios. Es decir que el investigador o el colectivo que quiera ocuparse de este tipo de estudio tendrá que hacer un enorme esfuerzo en la selección de noticias y, posteriormente, una considerable labor de interpretación de las fuentes y de su contexto de producción.

Todo esto podría sonar paradójico: el futuro de nuestra sociedad humana representa un aspecto hacia el cual, por razones éticas, todo individuo debería demostrarse sensible; no obstante, y lamentablemente, hay un inexplicable vacío en la acción colectiva e institucional (así como en la investigación académica) relacionada con estos temas, un vacío que afecta las competencias críticas de las comunidades-audiencias. Hay que considerar en términos muy serios la oportunidad que ofrece un LOM popular para reforzar puentes y posicionar los colectivos como emisores y receptores del sistema mediático. La función de veeduría de la *res publica*, que constituye la prioridad de todo LOM que se respete, es la de fomentar, de manera viable y transparente, la construcción de audiencias activas capaces de exigir a los medios de comunicación el cumplimiento de principios constitucionales y democráticos, tales como independencia, equilibrio, responsabilidad, veracidad y solidaridad. Es decir que, a través de un ejercicio de este tipo, es posible generar un sistema de información permanente, independiente y confiable sobre los medios de comunicación y el desempeño de su función social.

Además, a través de un análisis crítico de los contenidos de los medios de comunicación que permita dar cuenta de antecedentes, tendencias⁴⁹ y contextos relacionados con asuntos de interés para la cotidianidad, se puede contribuir a que los ciudadanos tomen decisiones con mayor libertad gracias al consumo de productos mediáticos de calidad. Todo lo cual significa promover el acceso, la participación y la creación de espacios de discusión pública entre periodistas, académicos, medios, universidades, sectores e instituciones de la sociedad civil y el Estado con respecto a los temas de la producción, transmisión y recepción de productos comunicativos.

2.4. ¿Qué observar? ¿Y cómo?: medios e indicadores

¿Qué observar en un observatorio? Responder a esta pregunta es, antes que todo, una determinación estratégica que tiene relación directa con el número y las competencias de los investigadores encargados de la recolección y el análisis de los datos, con el tipo de muestra de referencia y con los resultados finales que la investigación pretende arrojar. Hay que preguntarse, entonces, ¿qué tipo de observatorio necesitamos para observar lo que queremos observar? (Rincón, 2004).

De manera muy general, es posible clasificar los LOM con base en diferentes criterios, a saber:

- Según la muestra de referencia (es decir, el universo estadístico de observación) por:

⁴⁹ Un estudio de caso paradigmático sobre las tendencias en los discursos mediáticos se encuentra en Abella (2007).

- *Cobertura*: se trata de un criterio geográfico que distingue el nivel local sea barrial, veredal, ciudadano o provincial; regional, departamental, nacional o internacional sea continental o global.
 - *Plataforma*: en este caso se hace referencia al medio a través del cual se transmite el mensaje: televisión, radio, prensa, medios en línea o los otros medios, por ejemplo, los alternativos.
 - *Polarización política*: podemos aquí distinguir sucintamente entre medios progresistas, conservadores, gubernamentales, opositores, ilegales.
 - *Público*: es el target hacia el cual el medio se dirige en función de su agenda informativa. También en este caso las posibilidades son múltiples: medios generalistas (para un público indiferenciado), étnicos, sindicales, económicos, religiosos, para hombres, mujeres, niños o para ancianos; en fin, medios dirigidos a cualquier categoría social representativa.
 - *Periodicidad*: es el criterio que clasifica los medios en función de su período de publicación o emisión. Existen productos mediáticos diarios, semanales, hebdomadarios, quincenales, mensuales, bimestrales, trimestrales, cuatrimestrales, semestrales o anuales.
- Según el tipo de interpretación analítica que se aplicará a los resultados de la “observación”:
 - *Análisis crítico del discurso*: se trata de un complejo *tool* de exploración de las relaciones que se producen entre el emisor y

el mensaje ⁵⁰. Pretende comprender el contexto de producción del mensaje mismo, el cual influye tanto en su forma como en su contenido, así como, obviamente, en su manera de ser interiorizado por las audiencias. Los mismos criterios valen para el análisis de los discursos gráfico, musical y audiovisual.

- *Repetición de Recursos Informativos*: es un método de clasificación de la información que nos ayuda a comprender algunos aspectos de la relación emisor/mensaje de una manera menos compleja que el análisis crítico. El cálculo de las repeticiones de palabras, conceptos, metáforas, imágenes u otros recursos informativos proporciona resultados estadísticos que se traducen en una imagen gráfica (como un *tagcloud*) de la agenda informativa de un determinado medio.
- *Análisis de las audiencias*: esta opción investigativa se enfoca en la relación entre el mensaje y su destinatario. Apoyándose en toda la parafernalia metodológica de las ciencias sociales, un LOM interesado en esta aproximación podrá valerse de etnografías de los públicos, encuestas estadísticas, grupos focales o historias de vida para conocer cómo se informan los individuos de una determinada colectividad, cuáles medios prefieren, de qué forma utilizan las informaciones obtenidas por los medios y cómo esas informaciones influyen en su cotidianidad. Este análisis también permite conocer qué quieren leer, escuchar y ver nuestras audiencias en los medios.

⁵⁰ Esta aproximación analítica debe muchísimo a la labor de Teun van Dijk y a su producción teórica. Para los objetivos de este aparte, se invita el lector interesado a revisar sus trabajos sobre el análisis de la información periodística (1988a y 1988b).

Para el diseño de un LOM que tenga una perspectiva “para la paz”, es importante reflexionar acerca de cuáles de los criterios mencionados se quieren tomar en consideración. Si bien un trabajo de veeduría y control sobre toda la producción informativa nacional y local (ni imaginar a nivel global) tiene un interés evidente, hay que considerar que este tipo de proyecto necesitaría de enormes recursos no solamente en términos de personal sino, también, en espacios de almacenamiento de documentos y en las herramientas informáticas necesarias (*software* y *hardware*). Hay que considerar que, en línea general, la sistematización de datos audio/video requiere de mucho tiempo, necesita equipos informáticos para la gestión de la información y para la transformación de la señal radio/tv en formato digital y, obviamente, de un número consistente de investigadores para revisar los registros obtenidos. No es así con los datos de la prensa escrita y de la web los cuales son más fáciles de “capturar”, analizar y almacenar.

Una buena estrategia para comenzar de manera sencilla un LOM de iniciativa popular puede ser la de basarse en el análisis de la producción periodística de medios a los que se pueda acceder más fácilmente (mis preferidos son los medios en línea con cobertura nacional sin polarización política explícita), enfatizando en las perspectivas basadas en el análisis textual y en la correlación estadística de la repetición de repertorios interpretativos⁵¹ que permitan identificar los “discursos circulantes” que tienden a transformarse en estereotipos⁵², las sobrerrepresentaciones⁵³ y las “voces ausentes”).

Una vez definido el universo operativo del LOM, llegamos al diseño de las herramientas y de los instrumentos de recolección y análisis de los datos.

⁵¹ Una descripción más completa del método implícito para el análisis de los recursos interpretativos se encuentra en *¿Se nace o se hace?*, estudio publicado recientemente por la prestigiosa Revista de Estudios Sociales (Estrada et al., 2007).

⁵² Como lo demuestran los trabajos de Argren (2005), Borja-Orozco y otros (2008) y Vieira y otros (2001).

⁵³ Los procesos de “hiper-visibilización” tienden a crear *personajes* que, como lo ha demostrado Serrano (2005), configuran modelos de conducta con impactos reales en las audiencias.

Las ciencias sociales nos ofrecen un sinnúmero de indicadores que, potencialmente, se podrían aplicar a la observación de medios. Solo para citar algunos, se pueden construir las mediciones a partir de:

- Promedio de piezas diarias sobre el tema;
- Ubicación de la información en el medio ;
- Uso y manejo de los recursos gráficos;
- Género periodístico utilizado;
- Autoría de la información;
- Contextualización de la información;
- Número y tipo de piezas relacionadas;
- Lugar de los acontecimientos;
- Coherencia informativa;
- Coherencia entre titular y noticia;
- Coherencia entre titular y recursos gráficos;
- Número y atribución de las fuentes citadas;
- Invisibilización y sobreexposición de las fuentes;
- Puntos de vista de las fuentes;
- Contexto de producción de la noticia;
- Fuente de financiación del medio de comunicación.

2.5. La veeduría ciudadana como opción política

Elegir qué medir y cómo medirlo es, en este caso, una opción política, que puede contribuir de manera real a la creación de audiencias activas, a la construcción de ciudadanías críticas, a la visibilización de la violencia estructural y a la denuncia de las injusticias históricas. Esto es, un esfuerzo

concreto para la paz a partir de la deconstrucción-reconstrucción de las agendas informativas.

3. La comunicación participativa y los asuntos étnicos

La poesía intrínseca de la discursividad indígena siempre me ha causado una cierta reverencia. La razón de esa actitud bien puede encontrarse en las palabras de un sabio kuna, que leí hace algunos años

“ir al otro y volver del otro, no es un problema intelectual, es problema del corazón. Claro que uno pueda estudiar al otro, es más, uno debe hacerlo. Pero comprenderlo es algo distinto. Conocer la vida de los pueblos, hacer la pregunta necesaria que conduzca al saber, no sale del conocimiento del científico, sino del corazón del hermano o de la hermana. Sólo así es posible que las personas puedan salir de su mundo y entrar en los otros mundos.” [Kungiler Iguanigape, 2003]

El sabio Kungiler, sin academicismos y con verdadero sentido estético, describía el alma de la comunicación para la paz (yo he empleado un libro entero y, hasta el momento, no estoy tan seguro de haber conseguido un resultado igualmente atractivo: el lector decidirá). Ahora bien, preguntémonos ¿cómo es abordado “lo étnico” en las comunicaciones? Y es más: ¿Cómo deberíamos abordarlo en una perspectiva para la paz? Responder a estas preguntas es el objetivo de este último capítulo. La cuestión étnica se inscribe en un campo de análisis macro, que incluye todo lo que la modernidad ha considerado “otro” o “periférico”, dominio en el que se encuentran los asuntos de diferencias de género, religión, afiliación política, ingresos (el estatus socioeconómico), generación y de de casta. Es por esta razón que espero que este trabajo pueda contribuir a la reflexión de quienes estén interesados en el complejo mecanismo de inclusión de las minorías

estadísticas en el discurso comunicativo y en el fortalecimiento de procesos de carácter popular que quieren apoyarse en los medios de comunicación.

3.1. Dos palabras sobre la exclusión de lo étnico de la agenda informativa

El concepto de “eticidad” en su interpretación antropológica es considerado como aquel “dato cultural y morfológico” que identifica una comunidad con los mismos orígenes, la misma lengua, las mismas creencias (Fabietti, 2007), lo que significa que son comunidades étnicas los kuna de Colombia, los wayana del Surinam, los pashtu del Pakistán, los dogon en Mali, así como los lapones en Finlandia, los sicilianos en Italia, los bretones en Francia, los gitanos en Rumania o los vascos en España. Y son étnicas, también, las comunidades chinas en Nueva York, las hindúes en Londres o las judías en Moscú⁵⁴. Lo étnico, en la aldea global, significa también lo multicultural: es un mundo de intercambios –a menudo impuestos- en el cual las comunidades étnicas constituyen una presencia fluida (por su lejanía geográfica o por su continuo desplazamiento que obedece a las oportunidades económicas) y que, a menudo, carece de protección

Las luchas por el reconocimiento de los derechos étnicos se han alternado a lo largo de los últimos dos siglos y en todos los continentes: los afrodescendientes en los Estados Unidos, los aborígenes en Australia, los bantús en África del Sur y los aymara y quechua en Bolivia. Esas luchas han permitido que se reconocieran, por lo menos formalmente, los derechos de esas minorías, aunque el periodismo nos informa que, efectivamente, no hay

⁵⁴ Habría que añadir que, en general, las comunidades étnicas tienden hacia una cierta endogamia. Sin embargo, no podemos considerarlo como un criterio universal puesto que todas las culturas humanas, a lo largo de su historia, han tenido sus fases exogámicas (generadas por desequilibrios demográficos, excesos en las producciones o... simples pasiones amorosas).

tal reconocimiento. Se trata de una exclusión que no va de la mano con el dictamen de nuestra modernidad multi-cultural puesto que ese espacio de intercambios que debería significar coexistencia pacífica, participación colectiva y diálogo inter y transcultural; este “ir al otro y volver del otro” que es el supuesto más básico de la convivencia humana, no se da y la verdad es que, hoy como ayer, para muchas comunidades étnicas del mundo la cotidianidad se nutre, todavía, de conflicto, violencia y olvido.

3.2 Lo étnico en América Latina: un problema comunicativo

El intelectual uruguayo Eduardo Galeano alguna vez dijo:

“suenan muy futuras ciertas voces del pasado americano muy pasado. Las antiguas voces, pongamos por caso, que todavía nos dicen que somos hijos de la tierra, y que la madre no se vende ni se alquila”. “Mientras llueven pájaros muertos [...] y se convierten los ríos en cloacas, los mares en basureros y las selvas en desiertos, esas voces porfiadamente vivas nos anuncian otro mundo que no es este mundo envenenador del agua, el suelo, el aire y el alma. También nos anuncian otro mundo posible las voces antiguas que nos hablan de comunidad” (Galeano, 2005: 32-33).

Galeano nos habla de voces antiguas y silenciadas pero vivas y ansiosas de hacerse escuchar. Son las voces de aquellos millones de indígenas que desde siempre han sido los pobladores de un continente, aquella América que sigue prefiriéndose Latina para olvidar su alma nativa. Las voces que no encuentran espacio en los medios de comunicación debido a su carácter poco comercial, tal como, alguna vez me explicara una colega periodista de una importante casa editorial latinoamericana: *“El indio no vende, hermano”*.

Es esta la visión del indígena, tildado en este caso de “indio” (sinónimo de sucio, para muchos) que, en línea general, sigue permeando la agenda editorial -*idest* comercial- de la información continental. Está claro: “*el indio no vende*”. Como no ha vendido durante cinco siglos de conquista, de saqueo o, como prefieren algunos, de “colonización”. En realidad, lo que vende es “la cara exótica” de esta América: cuerpos perfectos adornados de coloridas plumas de guacamayas, bailes rítmicos y movimientos fluidos, rituales misteriosos y prácticas inexplicables. En fin, la selva, esta tierra de nadie que parece sacada de un fotograma de *Apocalipsis Now*, la obra maestra de Francis Ford Coppola (1979), aquel “*terror*” que nos describió magistralmente el periodista y escritor Joseph Conrad (1898) y, en términos más académicos, la antropóloga Margarita Serje ha identificado como una frontera artificial en la cual los frágiles gobiernos de los países en vía de desarrollo no consiguen ejercer plenamente su soberanía arbitraria (Serje, 2005). Así que, esos mismos gobiernos (y sus centros de poder: las élites locales) se contentan con construir identidades artificiales e “idearios nacionales” -condimentados con imágenes atractivas que son tan reales como una tarjeta postal- para construir una agenda nacional *à la carte* que será puesta a la luz a través de aquella aguja hipodérmica que son los medios de información sujetos a las presiones directas e indirectas de las élites de poder.

Este escenario “Matrix”⁵⁵ se está configurando en un contexto contradictorio: de un lado, las Constituciones de los países latinoamericanos otorgan derechos colectivos a las comunidades étnicas (para responder a los llamados de la comunidad internacional que pide a los gobiernos valorizarlas) y, en contraposición, sus praxis parecen estar dirigidas más a la desetnización de sus ciudadanías y a la homogeneización de sus audiencias. El caudillismo populista de muchos líderes criollos se ha servido,

⁵⁵ Quise bautizarlo con este nombre porque me parecía muy similar a aquel presentado en la celeberrima película homónima de los hermanos Wachowski (1999).

muy a menudo, de “lo étnico” como argumento de propaganda: en ocasiones, ensalzándolo y, en otras, humillándolo. Asistimos, así mismo, a otra paradoja: por una parte, todos los países del continente “otorgan” –y además, lo repito formalmente- una serie de derechos sobre una parte (reducidísima) de los territorios que los indígenas ocupaban tradicionalmente; pero, de otro lado, asignan un valor prioritario a las políticas estratégicas de apertura económica del continente que requieren de tierras destinadas a la producción de bienes, servicios y capitales. Para estos efectos, la titulación colectiva se volvió un obstáculo frente a los programas de desarrollo previstos por el esquema productivo global. Como anota Porto-Gonçalves, una de las causas de las innumerables masacres que se han realizado en el continente durante los últimos años puede ser este mismo proceso de atribución territorial, reconocido en las Cartas Magnas, debido a que, de cierta manera, ha “motivado” a los titulares de los derechos sobre las tierras objeto de conflicto a resistir contra quienes intentan sustraérselas, estimulando un aumento de la violencia.(Porto-Gonçalves, 2006). A este proceso de destierro ha seguido, generalmente, una ocupación del territorio por parte de los actores armados, venta ilegal de los títulos colectivos a empresas privadas o testaferros, deforestación de las áreas de bosque y a la conversión del uso de la tierra orientado a la expansión de los cultivos agroindustriales. Esto ha pasado, y pasa cada día, en Colombia, Brasil, Venezuela, México, Guatemala, Argentina, Uruguay y hasta en la Guyana francesa⁵⁶.

⁵⁶ Estas consideraciones se limitan a la historia y actualidad latinoamericana. Sin embargo, *mutatis mutandis*, pueden aplicarse a todos los países con un pasado colonial y “en vía de desarrollo”.



Figura 22. El escenario “Matrix” de la comunicación: homogenizar y desactivar a las masas. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2007)

3.3. La comunicación masiva y los asuntos étnicos

El escenario contradictorio que hemos referenciado, no parece ser de gran interés para la mayoría de los medios de comunicación, los cuales prefieren evitar el cubrimiento de temas “complejos”; los cuales, en la eventualidad de que se vean obligados a cubrilos tienden a simplificarlos, acudiendo a una serie de “atajos” analíticos cuya función es exactamente aquella de evitar un análisis crítico por parte de las audiencias. Es posible reconocer cuatro “estrategias viciosas” a los que las industrias culturales y los órganos de

información oficial recurren, a menudo, en el tratamiento de los asuntos étnicos.

El vicio más común es la *exclusión*, es decir aquella estrategia de selección de la información que, deliberada y conscientemente, no informa a la ciudadanía noticias o hechos relacionados con temas, fenómenos y procesos percibidos como “incómodos” para los grupos editoriales que controlan los medios masivos. Es decir, una eliminación “desde arriba” de cualquier elemento que, a pesar de su interés público, no tenga perspectivas de venta o que, peor, no tenga la apreciación (esto es, el visto bueno) de las élites de poder.

El segundo “atajo” es la *invisibilización*. Se trata de un proceso más hipócrita, que tiende a borrar los rastros étnicos de la realidad, permitiendo que la opinión pública se olvide de la obvia consideración de que, por una absurda paradoja, la mayoría de las víctimas del continente pertenecen a sus minorías étnicas. Como reconoció justamente el profesor Jaime Arocha en toda Latinoamérica el conflicto social se está “eticizando” (Arocha, 1992 y 1998), lo que está demostrado por el dato cuantitativo puro. A pesar de esta realidad los medios de comunicación nos dan una visión muy diferente en la cual parece que los únicos actores sociales dignos de atención son los miembros más integrados de la ciudadanía urbana: esos avatares criollos de los *wasp* (*white, Anglo-Saxon, protestant*) estadounidenses que representan solo una escasa minoría de la realidad demográfica de esta esquina del “Sur del Mundo”.

El tercer vicio es la *exotización*, a través de la cual se vuelven “fenómenos” los aspectos más superficiales de las culturas indígenas, como en el caso de las formas híbridas de curación, ahora tan en boga en nuestra farándula

continental⁵⁷. Los curanderos “diplomados”, como ellos mismos, irónicamente, se definen, han encontrado en los ciudadanos-consumidores de la cultura “hegemónica” (aquella que tendría que guiarlos de su estadio de “barbarie” hacia una no bien especificada “civilización”) una comunidad heterogénea de personas con una confianza sin límites hacia “los misteriosos secretos de la selva”. Admitámoslo: lo indígena es “otro” y por esta razón nos atrae, sobre todo si es “chamánico”. Es así que en nuestros periódicos los asuntos étnicos desaparecen de las páginas dedicadas a la política, economía, justicia o cultura para volver a aparecer en las páginas de “farándula y chisme”, recordándonos que lo indígena está de moda, a tal punto que los diseñadores usan sus dibujos geométricos para ornar vestidos y accesorios, los artistas crean objetos basados en su gráfica “ancestral”, los adolescentes quieren tatuajes “tribales”, los amantes quieren pasiones “salvajes” y los turistas quieren vacaciones “exóticas”. Esta exotización no es otra cosa que una operación a través de la cual se elimina el aspecto problemático de la cuestión (con un simple golpe de borrador) para dejar a la vista su lado más atractivo, interesante y “vendible”. Una versión posmoderna y “pop” de aquel racismo y aquella discriminación que parecen haber sido el legado ideológico más triste del siglo apenas terminado.

El cuarto y último atajo es el *sensacionalismo*, un vicio del cual se tiene evidencia cada vez que se revela algún “descubrimiento” en el marco de los asuntos étnicos. Cíclicamente estamos acostumbrados a la aparición de servicios periodísticos y *scoop* sensacionales acerca de “ciudades perdidas”⁵⁸ y de una que otra “tribus perdida”⁵⁹ en una de las tantas selvas del planeta. Con el mismo ritmo nos informan de hallazgos relacionados con

⁵⁷ El caso colombiano ha sido analizado en un escrito inteligente y divertidísimo, por Carlos Alberto Uribe (2008).

⁵⁸ Sobre el emblemático caso de la Ciudad Perdida de la Sierra Nevada de Santa Marta, ver Serje (2008a).

⁵⁹ Definiciones como estas manifiestan toda su carga simbólica puesto que las comunidades indígenas que no han tenido contactos con la modernidad más que “perdidas” deberían ser consideradas como “sobrevivientes”: es ilógico pensar que se hayan perdido en aquellas que siempre fueron sus selvas, sus panoramas naturales y sus territorios ancestrales.

las posibles aplicaciones de las medicinas aborígenes y nativas y sus espectaculares resultados en el tratamiento de todo tipo de patologías. A partir de la mercantilización de las noticias y su valorización en función de criterios puramente estéticos que privilegian lo insólito, extravagante o lo asombroso, se está creando un panorama informativo que menoscaba la profundización que necesitaría todo producto periodístico y que nos hace olvidar que cada “descubrimiento” se asocia a una serie de conflictos que, en la mayoría de los casos, tendrán efectos directos para los indígenas.

En Colombia nadie puede olvidar el caso de los Nukak-Maku, un pueblo indígena nómada que en 1988 entró en contacto con el mundo occidental cuando un grupo de ellos cruzó el umbral del poblado de Calamar, en el Guaviare, mientras escapaba del ataque de un grupo de colonos que tenían la intención de cultivar coca en sus zonas de caza y recolección. Dos décadas de “encuentros y desencuentros” con la modernidad han reducido en dos tercios la población Nukak-Maku, diezmada por las enfermedades “occidentales” y por la violencia del conflicto armado. Tampoco se puede olvidar que muchas empresas farmacéuticas y químicas siguen interesadas (hoy como en el pasado) en saquear no solamente los conocimientos ancestrales de nuestros chamanes, taitas, *jaibanás* y *neles* (los terapeutas indígenas), sino también los recursos naturales necesarios para la preparación de los productos farmacéuticos⁶⁰, lo cual ha desencadenado una serie de disputas de carácter medioambiental⁶¹ en algunas de las áreas más biodiversas del continente: la macro-región Amazónica, los litorales, las cordilleras andinas.

Estos atajos han acostumbrado a nuestras audiencias pasivas a no buscar, analizar, investigar ni a criticar acerca de los aspectos problemáticos de esta

⁶⁰ Un interesante y muy documentado estudio de caso, relacionado con la disputa sobre la propiedad intelectual del uso terapéutico de la ayahuasca (*Banisteriopsis Caapi*) se encuentra en *Yajé*, del periodista estadounidense Jimmy Weiskopf (2002).

⁶¹ Es decir, relacionadas con el territorio y sus recursos.

realidad. Como observaba, con precisión, la filósofa alemana Hannah Arendt en sus célebres reportes sobre el proceso Eichmann en Jerusalén, la “banalidad del mal” no se encuentra solamente en las manos criminales que cometen directamente una injusticia sino que también se encuentra (y sobre todo) en el silencio de ciudadanías enteras que, excusándose en su desinformación, permiten que se perpetren cada día más crímenes y que éstos queden impunes. (Arendt, 1999).

3.4. Sobre la etnofagia

En agosto de 2009 la ONG británica Survival, reconocida por su compromiso activo con la defensa de los derechos de las poblaciones nativas del planeta, condecoró al columnista peruano Andrés Bedoya por una de sus columnas de opinión aparecida en el importante diario limeño “El Correo”. El premio se otorgaba al “artículo más racista del año” (Survival International, 2009). Efectivamente, en su pieza el autor se dedicaba a responsabilizar a los “chunchos” (los indígenas, en el vocabulario de Bedoya) por el contexto de subdesarrollo vigente en Perú (Bedoya, 2009). En las palabras del respetado columnista, los “paleolíticos” que habitan los territorios rurales de la nación *“apenas chancan el castellano”* y *“sus lenguas nativas no pasan de ochenta vocablos”* considerándolos, en fin, como el principal obstáculo para la modernidad a la cual tienen derecho los peruanos. Para rematar, el mismo texto insinúa, no tan veladamente, que habría que utilizar el napalm contra los indígenas. La argumentación del periodista se basa en todos aquellos atajos que acabamos de revisar, resucitando el fantasma del “indio malo, caníbal y reductor de cabezas” que fue tan útil para las matanzas caucheras que mancharon de sangre las selvas del continente a comienzos del siglo pasado (Pineda, 1995). Un fantasma inexistente, como nos demuestra la

literatura antropológica latinoamericana desde hace más de medio siglo (Serje, 2008b). Los “reductores de cabeza” sirven a las empresas capitalistas para justificar las ocupaciones y las “limpiezas étnicas” (genocidios, en la jerga jurídica) en aquellos territorios considerados estratégicos por su riqueza de recursos naturales o por su posición geográfica específica. Son las mismas empresas que, a través de las industrias culturales (y de periodistas como Bedoya) se encargan de “socializar” el enemigo, de manera que el “indio” se vuelva el contrincante no solamente de las corporaciones, sino también -y sobre todo- del ciudadano común y corriente, poco dispuesto a sacrificar su bienestar individual y su necesidad de consumo al altar de la justicia social y ética.

El periodismo latinoamericano, en este sentido, ha desarrollado imaginarios polarizados acerca de los asuntos étnicos del continente, que son presentados de acuerdo con las exigencias comerciales de las empresas mediáticas: de un lado el indígena “exotizado”, víctima de una maldad (o maldición) histórica e incontrovertible; y, de otro lado, el indio salvaje que se obstina en impedir el natural desarrollo de la Historia (otra vez, en mayúscula). En el primer caso, asistimos a un periodismo de “pornomiseria”⁶², con el zoom puesto en las lágrimas de los “pobrecitos”: un periodismo victimófilo y victimófago, que se nutre del sufrimiento para encontrar su razón de existir. En el segundo caso, un periodismo racista e ignorante que se obstina en no entender que los indígenas del continente no se van de sus tierras ancestrales para dejar espacio al “desarrollo” porque esas tierras son suyas: es obvio que a nadie le gustaría que unos desconocidos le ocuparan su vivienda⁶³.

⁶² Se entiende con este término aquellas expresiones que espectacularizan (y exotizan) la pobreza. Es el apelativo con el cual se definía, con cierto desprecio, aquel cine que se vale de la pobreza y la miseria humana para conseguir reconocimiento internacional y cuyo director de cabecera es considerado el colombiano Ciro Durán, activo hace tres o cuatro décadas.

⁶³ No podemos dejar de lado, además, el hecho de que en función de los intereses (y del bienestar) de la ciudadanía urbana, se están transformando los territorios indígenas en parques

Esta falta de profundidad se esconde tras la construcción de imágenes “totémicas” que tranquilizan los espíritus de las audiencias bienpensantes y, supuestamente, emancipadas. A esos tótem han sido asociadas calidades y virtudes que, en un proceso que los psiquiatras definen como contra-transferencia, funcionan como catalizadores catárticos para los males del mundo puesto que, al fin y al cabo, son “empaques” que sirven para definir de manera unívoca y sencilla las grandes categorías experienciales. De esta manera, el indígena (ese “otro” que nunca nos atrevimos a conocer) se asocia con factores como la sabiduría, ingenuidad, malicia, creatividad, la mística, naturaleza y el medio ambiente (D’Aubeterre, 2007). Son estereotipos, nada más, que sirven para que las industrias culturales no se sientan culpables y para que las audiencias no perciban el engaño. Esos estereotipos, inducen en las ciudadanías actitudes esquizofrénicas hacia los pueblos indígenas que, de una u otra manera, polarizan la contienda. Pero, paradójicamente, los medios de información no dan cuenta de esta realidad, quedando en un “limbo” de supuesta neutralidad que no sabe denunciar el escándalo que es manifiesto. La injusticia es evidente: los periodistas siguen en silencio.

3.5. Una propuesta alternativa: los medios étnicos de comunicación

Es innegable que la mayor presencia social de los movimientos indígenas en América Latina otorga una nueva dimensión a su participación y a sus reivindicaciones sociales, incorporando temas nuevos en la agenda política y mediática y abriendo el campo a nuevos espacios de diálogo (Dávalos, 2005). Se trata de espacios de carácter más o menos institucional (debates,

“museo” o, peor aún, en parques de diversión, dejando de un lado el hecho que para permitir que unos pocos puedan disfrutar de sus vacaciones en “paraísos eco-turísticos”, se están desplazando de sus tierras ancestrales a un número incalculable de personas.

mesas de diálogo, grupos de trabajo) y de medios de comunicación más o menos formales que otorgan a los grupos nativos del continente una herramienta para comunicarse entre ellos y con un público no indígena.

En el continente existe un sinnúmero de medios que, de una u otra manera, puede ser identificado como “medios indígenas”. Sin embargo, es necesario anotar que esta definición es voluntariamente “amplia” y no excluyente, puesto que reuniría por lo menos cuatro categorías diferentes de medios, a saber:

1. *Los medios comunitarios estrictamente indígenas*, es decir medios cuya propiedad y gestión son de responsabilidad de la comunidad⁶⁴. Se trata, en la mayoría de los casos, de radios comunitarias de débil potencia cuyo alcance, normalmente, no consigue sobrepasar los límites de los resguardos en los cuales operan. Las primeras emisoras indígenas comenzaron a operar hace tres décadas y su objetivo ha sido el de ser un centro de comunicación local, un lugar de socialización y debate (Gumucio, 2001). La prensa étnica de carácter comunitario es de más compleja aplicación debido a que, en muchas comunidades, los adultos que no han sido escolarizados y, por tanto, no poseen competencias de lectura. Por su parte, la televisión requiere de herramientas más sofisticadas y, generalmente, menos accesibles para una comunidad nativa.
2. *Los medios comunitarios de carácter interétnico*, generalmente de cobertura local o regional, los cuales presentan en su agenda

⁶⁴ Es oportuno recordar que no existe una definición unívoca y universalmente aceptada de radio comunitaria. Para las finalidades de este trabajo, se considera que se trata de estaciones con una orientación económica *no-profit*, que ofrecen un servicio a la comunidad y que promueven la participación de sus miembros (AMARC-Europe, 1994). En este sentido, la definición “de trabajo” más significativa podría ser aquella propuesta por Berrigan, según el cual: “[community media] are media to which members of the community have Access for information, education, entertainment, when they want Access. They are media in which the community participates as planners, producers, performers. They are the means of expression of the community, rather for the community” (Berrigan, 1979: 8).

informativa un cierto número de espacios dedicados a temáticas indígenas. Un ejemplo, en Colombia, es la emisora Ecos del Atrato, que funciona como herramienta informativa para las comunidades indígenas, afro-descendientes, mestizas y campesinas de la región más noroccidental del país.

3. *Los medios gremiales y asociativos de carácter interétnico*, como los boletines impresos y electrónicos de las organizaciones y asociaciones para la defensa y la tutela de los derechos de los grupos indígenas. Es el caso de las *newsletter* a través de las cuales estas entidades visibilizan sus actividades y construyen redes sociales entre sus asociados. Pueden ser impresas o en línea.
4. *Los medios masivos de carácter interétnico*, cuya lógica operativa es esencialmente economicista⁶⁵. En general, su público no es indígena y se comercializan solo en determinadas librerías de los centros urbanos; en muchas de ellas su grupo de periodistas y profesionales está conformado, en parte, por personas que no son indígenas.

Revisado en términos cualitativos, más que cuantitativos, este panorama no es ciertamente alentador. Si además de lo anterior consideramos el problema que deben enfrentar las emisoras comunitarias de los países latinoamericanos con una legislación que no les favorece, el panorama es menos alentador, aún. En general, las primeras emisoras indígenas obtuvieron sus licencias como “radios de interés público”, una categoría legal que en cada país puede tener una definición diferente y que, en general,

⁶⁵ Es el caso de la revista colombiana *Actualidad Étnica*, que nació hace más de veinte años como boletín interno de la Fundación Hemera, o de aquella guyanesa *Oka-Mag*, que circulan como órganos de información para investigadores, activistas y otros lectores interesados en “lo indígena”.

aplica para aquellas licencias asignadas a entidades públicas (por ejemplo, gobiernos municipales o universidades públicas). Ante este hecho los pueblos indígenas (sobre todo a través de sus organizaciones y asociaciones) habían solicitado un marco legal diferente y específicamente diseñado que les asignara la denominación de “radios indígenas”: esto es, ni “de interés público” ni “comunitarias”. La razón por la cual aspiraban a evitar la categoría de “interés público” es sencilla: eliminar el obstáculo que significa la prohibición de la pauta publicitaria, un recurso fundamental para garantizar la sostenibilidad económica de las emisoras indígenas. Por otra parte, las comunidades indígenas esperaban evitar la categoría de “radio comunitaria” porque ésta limita la potencia de transmisión de la emisora y, por lo tanto, su cobertura territorial. Hasta el momento, todos los gobiernos de la región han rechazado la propuesta de diseñar una nueva categoría legal específica para las “radios indígenas” obligando a las emisoras a depender de subvenciones, ayudas financieras y patrocinios que, generalmente, tienen carácter puntual, contingente y de corto plazo. Este esquema normativo no permite, obviamente, aquel ideal de autonomía que permea la definición de medio comunitario sino que, por el contrario, socava profundamente toda posibilidad de mantener su independencia con respecto a los mecanismos del mercado (y de las presiones del Estado). Con este panorama se está “marginalizando la alternativa” (Carpentier et al., 2008). Una vez más, nos encontramos con los efectos del paradigma neoliberal aplicado al panorama mediático latinoamericano: una lógica exclusiva que limita, hasta la desaparición, la existencia de voces que “desde abajo”, puedan generar diálogos que pongan en discusión el esquema autoritativo de la comunicación pública que, por su naturaleza, es “vertical” y “desde arriba” (Huesca, 2008).

3.6. Los medios étnicos como herramienta de diplomacia ciudadana

Los procesos de desarrollo humano en el continente americano deberían tomar en cuenta la realidad étnica de esta “alma latina” que, a pesar de su identidad multifacética, parece hablar con una sola voz. Los medios de comunicación étnicos o con participación étnica pueden representar una respuesta viable y efectiva a esta contingencia. Viables porque no necesitan de competencias técnicas de alta complejidad ni de inversiones de alto valor; y efectivas porque permiten a una comunidad hablar, escucharse y dejarse escuchar.

La literatura académica ha reconocido que en contextos de crisis (y de conflicto) los medios de comunicación, sean masivos, comunitarios o alternativos, juegan un papel fundamental (Terzis y Vassiliadou, 2008). En un panorama social polarizado, es muy probable que se generen medios polarizados: y es en estos espacios que, muy fácilmente, el diálogo se transforma en pensamiento único y -el paso es breve- en propaganda. Es el caso de los *hate media* (medios para el odio), cuyo ejemplo más conocido fue la emisora ruandesa *Radio Télévision Libre des Mille Collines* (Radio Televisión Libre de las Mil Colinas o RTLM), desde cuyo estudio, a lo largo de la primera mitad de los años 90 del siglo pasado, se emitió sin cesar una propaganda odiosa en contra de los tutsis, de los hutus moderados y de la misión de *peace-keeping* de las Naciones Unidas (MINUAR). A través de su discurso violento y radical, la RTLM fomentó la génesis de aquella atmósfera de racismo y odio en la nación africana, que fue la causa desencadenante del trágico genocidio que la arrasó bajo la mirada hipnotizada e impotente de la comunidad internacional (Yanagizawa, 2009). Fue a partir de aquella experiencia que las organizaciones internacionales gubernamentales y no gubernamentales (ONG), en cooperación con las agencias gubernamentales para el desarrollo, comenzaron a dirigir su atención hacia procesos de desarrollo de “medios para la paz”, cuyo rol fuera el de servir de espacios de

negociación pública y de diplomacia ciudadana. Se trata, en su mayoría, de medios comunitarios y étnicos (en Tanzania, es el caso de Radio Kwizera) cuyo presupuesto se apoya prioritariamente en subvenciones de origen externo y cuya sostenibilidad, en general, se limita a la duración de estas ayudas financieras (numerosos ejemplos se encuentran en Gumucio, 2001).

Ahora bien, los medios étnicos deben ser plataformas de difusión para el diálogo cultural e intercultural, la educación popular y la transmisión de los saberes, para la denuncia de las injusticias y el reconocimiento de las buenas prácticas, para la información crítica y participativa. Todo está en las manos de las comunidades.

3.7. De ética y étnica

El problema, muy probablemente, no reside sencillamente en la necesidad de crear nuevos medios específicamente *peace-oriented*. La realidad nos induce a reflexionar sobre otras debilidades estructurales que, una vez solucionadas, pueden facilitar la génesis de medios realmente dialógicos y promotores de un cambio social. No hay que olvidar que la fragilidad de los sistemas de información latinoamericanos y su casi total sometimiento a las exigencias de los mercados económicos y financieros globales está literalmente acorralando a los periodistas del continente y limitando su capacidad de ejercer de manera responsable y ética las labores de investigación asociadas a su oficio.

Es de esta manera que se han generado legiones de periodistas que, en nombre de aquel oxímoron que es la “pax mafiosa”, han encontrado una respuesta (negativa) a la pregunta “¿vi o no vi?”, manchándose por cobardía de crímenes que hubieran podido denunciarse (y, tal vez, evitarse). La

complicidad de esos periodistas ha justificado la existencia de quienes, más radicales, han asumido tonos discriminantes (hasta racistas) con el objetivo de favorecer la polarización y el conflicto social. De poco sirven los esfuerzos de aquellos periodistas que en Francia definirían como *BoBo* (*bourgeois bohèmes*, burgueses bohemios) quienes, a pesar de sus actitudes formalmente críticas, se defienden con el escudo de la “neutralidad periodística” para no denunciar de manera efectiva las injusticias de las cuales tienen conocimiento. Son aquellos que se limitan a informar más que a comunicar (Ramonet, 2001). Afortunadamente, existen todavía muchos periodistas (no son legiones, pero son suficientes) que creen que la primera responsabilidad de un profesional de la información crítica es la de controlar las fallas y los puntos débiles del sistema, para construir un clima de real justicia social. Los periodistas asumen, de esta manera, el papel de “vigías” (*watchdog*) dispuestos a vigilar el incumplimiento del “contrato social” por parte del Leviatán, a través de una acción de veeduría ciudadana constante y minuciosa.

De otra parte es preciso considerar que, desde Tijuana hasta Ushuaia, el asunto de la ética profesional se ha vuelto de nivel moral, es decir, individual. Creo que esto se deba, al fin y al cabo, a la inexistencia de todo tipo de impulso o instancia ética que tenga una real vigencia en el campo del periodismo. Efectivamente, el panorama gremial en el continente es confuso y, sustancialmente, conflictivo⁶⁶. La ética, según los antiguos filósofos griegos, es una consideración que puede considerarse universal en y para todos los ciudadanos: ¿pero existe una práctica común a todos los periodistas latinoamericanos en el desarrollo de su oficio? La respuesta no puede ser más que negativa. Quizás existió un lugar y un tiempo en que

⁶⁶ En algunos países, como Brasil o Argentina existen órganos gremiales de carácter autónomo (no sometidos a las presiones de los órganos del Estado) que asocian a todos los periodistas profesionales y que actúan como entidades de veeduría ética; sin embargo, en otros (Colombia, Bolivia) el oficio está completamente desregulado. Una profundizada digresión sobre el argumento, acompañada por un detallado estudio comparativo, se encuentra en Sanmartí-Roset et al. (2010).

todos los periodistas eran honestos, buscaban y verificaban el mayor número posible de fuentes, estaban preparados para investigar y eran correctos cuando había que denunciar: es decir unos periodistas regidos por unas normas éticas y humanas. Sin embargo, no es esta la realidad actual. El periodista latinoamericano ha sido abandonado a su moral: si la tiene, su trabajo responderá a los cánones éticos que antes citaba; si no la tiene, se limitará a informar según lo requieren las directivas editoriales (es decir comerciales) del medio en el que se desempeña.

Para el logro de uno de los objetivos de la Comunicación para la paz se debería tomar consciencia y ejercer acciones para que, de una parte, los medios étnicos de carácter comunitario contrarresten la tendencia que está complejizando el contexto de la producción informativa y, de otra, los periodistas comunitarios quienes deberían estar inmunes a los vicios y atajos analíticos que hemos citado a lo largo de los últimos párrafos. Su relación con el medio puede ser de naturaleza voluntaria o profesional, pero su lógica será cooperativa y su visión del desarrollo local será solidaria y humanista.

3.8. Un pasito más adelante...

Nuestra rápida revisión de los vicios (muchos) y de las virtudes (pocas) del periodismo que trata de lo étnico no quiere quedarse en una mera “lamentación de Jeremías”, estancada en su *pars destruens*. Toda revisión, si constructiva, puede contribuir para el mejoramiento de algunas prácticas. Y es este, si posible, el objetivo de este trabajo. Deberíamos tener claro que la comunicación puede transformarse en un vehículo para el cambio social, pero para ello es necesario mirar estrategias *bottom-up* que, en vez de buscar un control institucional (*top-down*) sobre la información (con el obvio

riesgo de poderse dejar tentar por la censura), se esfuerce por generar en las comunidades étnicas y en los periodistas unas competencias técnicas, profesionales y éticas que les permitan ejercer de manera digna y moral su oficio.

El desarrollo oportuno de redes y comunidades de periodistas (entre los que se cuentan los étnicos) dirigidas al intercambio de información sobre un principio de solidaridad y justicia, puede facilitar estos procesos que gracias a la existencia de una “realidad Web 2.0” vuelve este reto más fácilmente alcanzable. Las nuevas herramientas tecnológicas que tienen a disposición los periodistas permiten la creación y la gestión de medios comunitarios que, por su economía y sencillez de uso, pueden contribuir a “empoderar” comunidades y grupos humanos alejados de los centros urbanos. Las nuevas formas de periodismo étnico, público o cívico (Merritt, 1997; Miralles, 2006) se basan exactamente sobre estas plataformas informáticas para poder dar voz a los ausentes de la arena pública, los miembros silenciados de las democracias imperfectas del continente.

En fin, hay que ser optimistas. Como reconocía justamente el filósofo italiano Antonio Negri, el “Imperio” –esta especie de Leviatán posmoderno que es el “desarrollo”- lleva, así como el capitalismo de Marx, una incongruencia *in nuce*: facilita a las “multitudes” (los movimientos, redes y comunidades sociales) las mismas herramientas que sirven para desarmarlo (Negri y Hardt, 2000). Vistas desde una perspectiva no instrumental, las tecnologías asociadas a la información y comunicación (TIC) permiten un acceso fácil, efectivo y económico a los flujos informativos globales, relativamente menos expuestos a las presiones políticas y económicas en función, sobre todo, de su naturaleza informal que les permite “escapar” a eventuales censuras o chantajes de otro tipo. Además, el nuevo panorama web 2.0 (y la incipiente versión 3.0, que promete ser todavía más interactiva) nos presenta formatos comunicativos, como las *web-radio*, los *foto-blog* o los *webinar*, que permiten

asociar contenido multimedia para ofrecer a los usuarios experiencias informativas lo más completas posible. En esta aproximación, las TIC, asociadas a otras estrategias comunicativas interpersonales (más acordes con la socio-dinámica indígena) podrían representar una herramienta de desarrollo de medios étnicos alternativos que permita a las comunidades nativas tener voz en la arena política local y nacional, intercambiar ideas y expresiones culturales con otras comunidades y etnias y, sobre todo, que funcionen como espacios de socialización y diálogo, desde los cuales fomentar una cultura de paz.

4. Reflexiones finales

“No creo en el periodismo que se llama a sí mismo impasible, tampoco en la objetividad en su sentido formal. El periodista no puede ser un testigo impasible, debe tener eso que en psicología se llama empatía. Por eso el llamado periodismo objetivo, desapasionado, no puede existir en situaciones de conflicto” (Restrepo, 2007: 54)

En la actualidad, es posible identificar una preocupación latente entre muchos comunicadores alrededor de su responsabilidad social, es decir de su competencia en la gestión de la información como bien social. La abundancia -hasta la sobreabundancia- de informaciones, la rapidez que necesita su tratamiento, así como su mercantilización son los factores que, hoy en día, minan la independencia y la capacidad de construcción social del comunicador (y especialmente del periodista, como lo anota Restrepo). Las presiones de tipo político y económico por las que atraviesa el panorama mediático han hecho que los comunicadores hayan dejado de lado el cumplimiento de su función principal: acercar a los ciudadanos a la información necesaria para que puedan tomar mejores decisiones, orientarse en la vida pública y conocer aquello que no pueden vivir en forma directa, expresarse, dialogar, denunciar así como controlar a quienes ejercen el poder. Los factores mencionados han conllevado, entre otras cosas, al sacrificio de la calidad por la inmediatez, a confusiones en la emisión de los mensajes y a un afán de sensacionalismo a través de imágenes y sonidos que parece ser el modelo que imponen las grandes empresas de comunicación (periodística, publicitaria u creativa).

Pero la intención de este trabajo fue la de mostrar que, afortunadamente, contamos con medios y formas que pueden invertir estas tendencias, propiciando propuestas de comunicación realmente incluyentes. Estoy convencido de que los tiempos, las culturas e incluso las tecnologías exigen que el comunicador (activista, periodista o investigador) deje su rol de ente aislado y “objetivo” que se ocupa de la mera cuestión de la transmisión de los mensajes para convertirse en un actor importante de la vida pública que incorpore a la gente como ciudadanos, propicie el debate público y, además, sirva de puente y de herramienta de control ante los actores políticos. En nuestra aldea global, cada vez con mayor fuerza, la comunicación está llamada a ser consciente de que es una pieza clave en la construcción de la paz comunitaria colaborando en la construcción de vínculos que permitan que aflore el diálogo, un diálogo que promueva la reconciliación, el respeto y la participación; y que, asimismo sea un veedor de los poderes, un animador en la conquista de derechos, un denunciante de formas de injusticia y un buscador de soluciones pacíficas.

Y aquí concluyo. Espero, finalmente, que este trabajo haya podido contribuir a generar un nuevo debate: la construcción de la paz necesita perspectivas novedosas y, ¿por qué no?, utópicas...



Figura 23. Comunicación parietal posmoderna: el grafiti urbano. (Fotografía de Maurizio Ali. Bogotá, Colombia, 2006)

BIBLIOGRAFÍA

- Abella Vázquez, Carlos Manuel. (2007). “La aparición de los discursos sobre el multiculturalismo en España: el debate del velo en la prensa escrita”. *Athenea Digital*, 11 (primavera): 83-103.
- Acselrad, Henri. (2006). “Las políticas ambientales ante las coacciones de la globalización”. En Alimonda, Héctor. (coord.). *Los tormentos de la materia. Aportes para una ecología política latinoamericana*. Buenos Aires: CLACSO - Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, pp.231-248.
- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. (1992). *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas: Monte Ávila.
- Alomar, Gabriel. (1960). “Ensayo de Glosario en Español de Términos de Sociología Aplicada al Planeamiento Ecológico”. *Revista Mexicana de Sociología*, 22 (1, Ene. - Abr.): 249-283.
- AMARC-Europe – Association Mondiale des Radio diffuseurs Communautaires. (1994). *One Europe – Many Voices. Democracy and Access to Communication. Conference report AMARC-Europe*. Pan-European Conference of Community Radio Broadcasters. Ljubljana, Eslovenia, 15-18 de septiembre. Sheffield: AMARC.
- Arendt, Hannah. (1999). *Eichmann en Jerusalén: un estudio sobre la banalidad del mal*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Argren, Rigmor. (2005). “Reporting about Iraq: International Law in the Media during Armed Conflict”. *Essex Human Rights Review*, 2 (1, marzo): 99-111.

- Arocha Rodríguez, Jaime. (1998). "Etnia y guerra: relación ausente en los estudios sobre las violencias colombianas". En Arocha Jaime, Fernando Cubides y Jimerno Myriam. (ed.). *Las violencias: inclusión creciente*. Santafé de Bogotá: Centro de Estudios Sociales, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia, pp. 205-235.
- Arocha, Jaime. (1992). "Los Negros ante la Nueva Constitución colombiana de 1991". *América Negra*, 3: 39-56.
- Aron, Raymon. (1995). *Paz y guerra entre las naciones*. Madrid: Alianza.
- Banco Mundial. (2012). *Los Indicadores del desarrollo mundial (IDM)*. [En línea]. <http://datos.bancomundial.org/indice/ios-indicadores-del-desarrollo-mundial>
- Barbero, Jesús Martín y Germán Rey. (1997). *La formación del campo de estudios de comunicación en Colombia*. Informe de Colciencias sobre la investigación de comunicación en Colombia: Balance y prospectiva. Bogotá: Colciencias.
- Barbieri, Katherine. (1996). "Economic Interdependence: A Path to Peace or a Source of Interstate Conflict?". *Journal of Peace Research*, 33 (1, Feb.): 29-49.
- Bateson, G. (1973). *Steps to an Ecology of Mind*. Londres: Paladin Books.
- Bedoya Ugarteche, Andrés. (2009, 13 de junio). "¡Pobrecitos chunchos! y otras torpezas". *El Correo de Lima*, Sección "Columnas", La ortiga. [En línea]. <http://www.correoperu.com.pe/>
- Beltrán, Luis Ramiro. (1980). "A farewell to Aristotele: horizontal communication". *Communication*, 5: 5-41.
- Berrigan, Frances. (1979). *Community communications. The role of Community Media in Development*. Paris: UNESCO.

- Bobbio, Norberto. (1982). *El problema de la guerra y las vías de la paz*. Barcelona: Gedisa.
- Bobbio, Norberto. (1986). *El Futuro de la Democracia*. México: FCE.
- Borja-Orozco, Henry; Barreto, Idaly; Sabucedo, José Manuel y López-López, Wilson. (2008). "Construcción del discurso deslegitimador del adversario: gobierno y paramilitarismo en Colombia". *Universitas Psychologica*, 7 (2, mayo-agosto): 571-583.
- Brinkman Heidi y Jones Tricia S. (1997). "Enseñan a su hijos: recomendaciones para los programas de mediación entre condiscípulos". En Tricia S. Jones y Joseph P. Folger (coord.). *Nuevas direcciones en mediación: investigación y perspectivas comunicacionales*. Madrid: Paidós, pp. 219-240.
- Brooks, Michael. (2011). *Free Radicals. The Secret Anarchy of Science*. Londres: Profile Books.
- Carpentier, Nico; Lie, Rico y Servaes, Jan. (2008). "Making community media work: community media identities and their articulation in an Antwerp Neighbourhood Development Project". En Servaes J. (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage, pp. 347-373.
- Cebrián, Juan Luis. (1995). "La Sociedad de la Cultura y de la Comunicación". En Pedro Santana R. (comp.) *Las Incertidumbres de la Democracia*. Bogotá: Foro Nacional por Colombia.
- Chomsky, Noam. (1995). "El control de los medios de comunicación". En Chomsky N. y Ramonet, I. *Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria Editorial, pp. 7-53.
- Conrad, Joseph. [1898]. (2004). *El corazón de las tinieblas: con el diario del Congo*. Barcelona: Ediciones Folio.
- Curle, Adam. (1978). *Conflictividad y pacificación*. Barcelona: Herder.

- D'Aubeterre, Luis. (2007). "La construcción discursiva de la otredad del indio en Ciudad Guayana: estudio de creencias y sentido común sobre los Warao indigentes urbanos". *Athenea Digital*, 12 (otoño): 1-24.
- Dávalos, Pablo. (2005). "Movimientos Indígenas en América Latina: el derecho a la palabra". En Dávalos, P. (ed.). *Pueblos indígenas, estado y democracia*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO, pp. 17-34.
- de Sousa Santos, Boaventura. (2003). *La caída del angelus novus : ensayos para una nueva teoría social y una nueva práctica política*. Bogotá: Instituto Latinoamericano de Servicios Legales Alternativos - Universidad Nacional de Colombia.
- Elias, Norbert. [1939]. (1987). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. Madrid. Fondo de Cultura Económica.
- Escobar, Arturo. (1987). *Power and visibility. The invention and management of development in the third world*. PhD Thesis. Berkeley: University of California.
- Escobar, Arturo. (1995). *Encountering Development. The making and unmaking of the Third World*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Escobar, Arturo. (1997). "Antropología y desarrollo". *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 154. [En línea]. <http://www.unesco.org/issj/rics154>.
- Estrada Mesa, Angela María; Acuña Rivera, Marlon Ricardo; Camino, Leoncio y Traverso-Yepes, Martha. (2007). "¿Se nace o se hace? Repertorios interpretativos sobre la homosexualidad en Bogotá". *Revista de Estudios Sociales*, 28 (diciembre): 56-71.
- Fabietti, Ugo. (2007). *L'identità étnica. Storia e critica di un concetto equivoco*. Roma: Carocci.

- Fals Borda, Orlando. (1978). "Por la praxis: el problema de cómo investigar la realidad para transformarla". En Simposio Mundial de Cartagena, *Crítica y política en ciencias sociales*, Vol. I. Bogotá, Punta de Lanza-Universidad de Los Andes: pp. 209-249.
- Fals Borda, Orlando. (1985). (ed.). *The Challenge of Social Change*. London: Sage.
- FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2003). *Projections of tobacco production, consumption and trade to the year 2010*. Roma: FAO.
- Fisas, Vicenç. (1998). *Cultura de paz y gestión de conflictos*. Barcelona: Icaria/UNESCO.
- Fisas, Vicenç. (2008). *Anuario 2008 de procesos de paz*. Pau: Escola de Cultura de Pau (UAB) – Icaria.
- Ford Coppola, Ford (dir. y prod.). (1979). *Apocalypse Now*. Estados Unidos: American Zoetrope.
- Foucault, Michel. (2001). *Defender la sociedad*. Buenos Aires: FCE.
- Freire, Paulo. [1970]. (1983). *Pedagogy of the Oppressed*, New York: Continuum. [En español: (2005). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI].
- Galeano, Eduardo. (2005). *Úselo y tírelo: el mundo visto desde una ecología latinoamericana*. Montevideo: El Chanchito.
- Galtung, Johan. (1983). "Análisis del carácter de la crisis internacional actual". *Estudios Internacionales. Instituto de Estudios Internacionales de Santiago de Chile*, 16 (62, abril-junio): 180-210.
- Galtung, Johan. (1985). *Sobre la paz*. Barcelona: Fontamara.
- García Canclini, Néstor. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

- Gumucio Dagron Alfonso. (2001). *Haciendo Olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York, NY: The Rockefeller Foundation.
- Gumucio Dagron, Alfonso y Tufte, Thomas. (comp.). (2008). *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social – Plural.
- Harris, Marvin. (1995). *Vacas, credos, guerras y brujas. Los enigmas de la cultura*. Madrid: Alianza.
- Harvey, David. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. New York: Oxford University Press.
- Herrera, Susana. (2005). "Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica". *Palabra Clave. Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana*, 13 (1, junio): 153-174.
- Hobbes, Thomas. [1651]. (2005). *Leviatán*. Buenos Aires: FCE.
- Huesca, Robert. (2008). "Tracing the history of participatory communication approaches to development: a critical appraisal". En Servaes J. (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage, pp. 180-198.
- Huntington, Samuel. (1993). "The clash of civilization". *Foreign Affairs*, 72 (3): 22-49.
- Ioannes Paulus PP. II. (1991). *Centesimus annus*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- Kandath, Krishna. (2006). "Critical Approaches to Community Conflict in Developing Countries: A Case Study of India." *The SAGE Handbook of Conflict Communication*. SAGE Publications. [En línea]. http://sage-reference.com/hdbk_conflictcomm/Article_n18.html.

- Kennedy, Timothy. (2008). *Where the rivers meet the sky. A collaborative approach to participatory development*. Penang, Malaysia: Southbound
- Kotler, Philip y Zaltman, Gerald. (1971). "Social marketing: an approach to planned social change". *Journal of Marketing*, (35): 3-12.
- Kotler, Philip. (1992). *Mercadotecnia Social. Estrategias para cambiar el comportamiento público*. México: Diana.
- Kropotkin, Pëtr. (1982). [1902]. *Il mutuo appoggio*. Salerno-Roma.
- Kungiler, Iguaniginape. (2003, 31 de enero). "Anmar Dule: Nosotros/as los/as Dule". *Dulenega*. [En línea]. <http://hosted.nativeweb.org/dulenega/index.html>
- Lederach, John Paul. (1984). *Educación para la paz*. Barcelona: Fontamara.
- Lederach, John Paul. (2000). *El abecé de la paz y los conflictos*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Lerner, Daniel. (1958). *The Passing of Traditional Society*. New York: Free Press.
- Machiavelli, Niccoló. [1513]. (1994). *Il príncipe*. Milano: Mondadori.
- Malikhao, Patchanee. (2008). "Religión and HIV/AIDS Prevention in Thailand". En Servaes J. (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage, pp. 296-326
- Mason, Simon y Muller, Adrian. (2004). "Analyzing Economic Market Interactions as Conflicts: New Concepts to Assess Market-Based Policy Instruments". Paper presented at the *European Peace Science Conference*, Tinbergen Institute, University of Amsterdam, 9-11 de junio de 2004.
- Maturana, Humberto. (1997). *La realidad: ¿objetiva o construida?* Barcelona: Anthropos

- McLuhan, Marshall y Fiore, Quentin. (1968). *War and Peace in the Global Village*. New York, NY: McGraw-Hill.
- McLuhan, Marshall. [1964]. (2001). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Oxford: Routledge.
- Melo, Jorge Orlando. (2010). “La idea del progreso en el siglo XIX, ilusiones y desencantos, 1780-1930”. *Revista de Estudios Colombianos*, 36: 16-29.
- Merkel, Wolfgang y Croissant, Auriel. (2001). “La Democracia defectuosa como régimen político: instituciones formales e informales”. En Máiz Suárez, Ramón. (coord.). *Construcción de Europa, democracia y globalización*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago, pp. 119-150.
- Merritt, Davis “Buzz”. (1997). “Periodismo público: nuevas respuestas a preguntas clave”. *Cuadernos de información*, (12): 51-55.
- Miralles Castellanos, Ana María. (2006). *Periodismo público en el ámbito del desarrollo municipal y local*. Panamá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Murdock, George; Ford, Clennan; Hudson, Alfred; Kennedy, Raymond; Simmons, Leo y Whiting, John. (1963). *Guía para la clasificación de los datos culturales*. Washington, DC: Unión Panamericana – OEA.
- Narvaez Montoya, Ancízar. (2008). “El concepto de industria cultural. Una aproximación desde la economía política”. En Pereira, M. J.; Villadiego, M. M. y Sierra, L. I. (ed.). *Industrias culturales, músicas e identidades. Una mirada a las interdependencias entre medios de comunicación, sociedad y cultura*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, pp. 29-58.
- Negri, Antonio y Hardt, Micheal. (2000). *Empire*. Cambridge: CUP

- OdM La Sabana – Observatorio de Medios de la Universidad La Sabana. (2006). *Quiénes somos*. Bogotá: Universidad La Sabana. [En línea] <http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicacion/observatorio2006/inicio.htm>.
- Oetzel, John G. y Ting-Toomey, Stella. (2006). "Conflict Communication in Contexts: A Social Ecological Perspective." *The SAGE Handbook of Conflict Communication*. SAGE Publications. [En línea]. http://sage-reference.com/hdbk_conflictcomm/Article_n26.html.
- Pareto, Vilfredo. [1916]. (1968). *The rise and fall of the elites: an application of theoretical sociology*. New York : Bedminster.
- Pineda Camacho, Roberto. (ed.). (1995). *El libro rojo del Putumayo: precedido de una introducción sobre el verdadero escándalo de las atrocidades del Putumayo*. Santafé de Bogotá : Planeta
- PNUD – Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2012). *Indicadores Internacionales sobre Desarrollo Humano*. [En línea] <http://hdrstats.undp.org/es/indicadores/default.html>
- Porto-Gonçalves, Carlos Walter (2006). "A Reinvenção dos Territórios: a experiência latino-americana e caribenha". En Ceceña Ana. (ed.). *Los desafíos de las emancipaciones en un contexto militarizado*. Buenos Aires: CLACSO, pp.151-197.
- Putnam, Linda L. (2006). "Definitions and Approaches to Conflict and Communication." *The SAGE Handbook of Conflict Communication*. SAGE Publications. [En línea] http://sage-reference.com/hdbk_conflictcomm/Article_n1.html.
- Ramonet, Ignacio. (1995). "Pensamiento único y nuevos amos del mundo". En Chomsky N. y Ramonet, I. *Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria Editorial, pp. 55-102.

- Ramonet, Ignacio. (2001). “Comunicación contra información”. *Sala de Prensa*, III, (2, abril). [En línea]. <http://www.saladeprensa.org>
- Rea, Ermanno. (2011). *La fabbrica dell'obbedienza*. Milano: Feltrinelli.
- Restrepo, Javier Dario. (2007). “Periodismo y Ética”. *Revista Javeriana*, 732 (marzo): 54-60.
- Rincón, Omar. (2004). *Hacia un observatorio de medios de comunicación*. Montevideo: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Ross, Marc Howard. (1995). *La cultura del conflicto. Las diferencias interculturales en la práctica de la violencia*. Barcelona: Paidós.
- Rostow, Walt Whitman. (1960). *The Stages of Economic Growth. A Non-Communist Manifesto*. Londres: Cambridge University Press.
- Rousseau, Jean Jacques. [1762]. (2002). *El contrato social: o principios del derecho político*. México: Porrúa.
- Ruggie, John (2007). *State Responsibilities to Regulate and Adjudicate Corporate Activities under the United Nations' core Human Rights Treaties (A/HRC/4/74)*. Geneva: OHCHR.
- Rumelt, Richard. (2011). *Good Strategy Bad Strategy. The Difference and Why It Matters*. Londres: Profile Books.
- Said, Edward. (2003). *Orientalismo*. Barcelona: Debolsillo.
- Sanmartí-Roset, Josep; Aguado Guadalupe, Guadalupe y Magallón-Rosa, Raúl. (2010). “Comparativa de modelos en las relaciones prensa-estado: Colombia, Italia, Francia, España y Portugal”. *Palabra Clave – Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana*, 13 (1, junio): 127-146.
- Serje, Margarita. (2005). *El revés de la Nación: Territorios salvajes, fronteras y tierra de nadie*. Bogotá: Universidad de Los Andes.

- Serje, Margarita. (2008a). “La invención de la Sierra Nevada”. *Antípoda – Revista de Antropología y Arqueología de la Universidad de Los Andes*, 7 (julio-diciembre): 197-229.
- Serje, Margarita. (2008b). “Bibliografía introductoria a las antropologías latinoamericanas”. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, Bibliografías, 2008. [En línea] <http://nuevomundo.revues.org/index42783.html>.
- Serrano, Yeny. (2005). “El personaje periodístico, ¿efecto de realidad o modelo de conducta? Análisis de discurso de la sección Las voces de la otra Colombia publicada por el diario El Tiempo”. *Universitas Psychologica*, 4 (2, julio-septiembre): 129-141.
- Servaes Jan y Malikhao, Patchanee. (2010). “Comunicación participativa. ¿El Nuevo paradigma?”. En Thornton, R. y Cimadevilla, G. (eds.). *Usos y Abusos del Participare/Usos e abusos do participar*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), pp. 67-90.
- Servaes, Jan. (2008a). (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage.
- Servaes, Jan. (2008b). “Communication for development approaches of some governmental and non-governmental agencies”. En Servaes J. (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage, pp. 201-218.
- Shumpeter, Joseph Alois. [1942]. (1952). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Madrid: Aguilar.
- Spivak, Gayatri Chakravorty. (1999). *A Critique of Post-Colonial Reason: Toward a History of the Vanishing Present*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Stiglitz, Joseph. (1998). *Towards a New Paradigm for Development: Strategies, Policies, and Processes*. Prebisch Lecture (19 de octubre). Geneva: UNCTAD.
- Survival International. (2009, 26 de agosto). *Call for napalm bombing of 'savages' wins Survival racism award 2009*. Comunicado de Prensa. [En línea]. <http://www.survivalinternational.org/news/4885>
- Taylor, David (2004). "Abuse, scarcity and Insecurity". *Environmental Health Perspectives*, 112 (marzo, 3): 168-175.
- Terzis, Georgios and Vassiliadou Myria. (2008). "Working with media in areas affected by ethno-political conflict". En Servaes J. (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage, pp. 374-388.
- Thoreau, Henry David. [1849]. (1976). *La No-violencia, arma política*. Barcelona: Nova Terra.
- UNESCO. (1983). *La educación para la cooperación internacional y la paz en la escuela primaria*. París: UNESCO.
- Uribe, Carlos Alberto. (2008). "El yajé, El Purgatorio y la Farándula". *Antípoda – Revista de Antropología y Arqueología de la Universidad de Los Andes*, 8 (enero – julio): 113 - 131
- van Dijk, Teun. (1988a). *News analysis*. New York: Lawrence Erlbaum.
- van Dijk, Teun. (1988b). *News as discourse*. New York: Lawrence Erlbaum.
- Vieira, Lenita D. Y Molero de Cabeza, Lourdes. (2001). "El discurso neoliberal en Venezuela: un estudio de la persuasión". *Espacio Abierto - Cuaderno Venezolano de Sociología*, 10 (1, enero-marzo): 35-63.
- Von Clausewitz, Carl. [1832]. (1999). *De la guerra: táctica y estrategia*. Barcelona: Idea Books.

- Wachowski, Andy y Wachowski, Larry. (dir. y prod.). (1999). *The Matrix*. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Warner Bros
- Wallerstein, Immanuel. (1998). *El moderno sistema mundial*. Madrid: Siglo XXI.
- Weber, Max. [1919]. (1991). *Escritos políticos*. Madrid: Alianza.
- Weiskopf, Jimmy. (2002). *Yajé. El nuevo purgatorio*. Bogotá: Villegas Editores
- WHO - World Health Organization. (2011). *Report on the global tobacco epidemic, 2011. Warning about the dangers of tobacco*. Ginebra: WHO.
- Yanagizawa, David (November 21, 2009). *Propaganda and Conflict: Theory and Evidence from the Rwandan Genocide*. Manuscrito no publicado. Stockholm: Stockholm University - IIES.
- Zamosc, León. (1990). “Luchas campesinas y reforma agraria: la sierra ecuatoriana y la costa atlántica colombiana en perspectiva comparativa”. *Revista Mexicana de Sociología*, 52 (2, Abr. - Jun.): 125-180.

