

# Nuevas tecnologías para otras estrategias de comunicación para el cambio social. Más allá de las radios comunitarias

Concepción TRAVESEDO DE CASTILLA  
Universidad de Málaga  
travesedo@uma.es

Recibido: 20/04/2012  
Aceptado: 18/10/2012

## Resumen

La radio comunitaria es el medio de comunicación más utilizado en proyectos de cambio social, pero no está exento de algunos riesgos colaterales en el ámbito de la invisibilización, el aislamiento y la endogamia del conocimiento. Las comunidades que exclusivamente recurren a ella apenas canalizan sus mensajes hacia el exterior. Se condenan además a un aislamiento paradójico en la nueva sociedad internacional, donde todas las necesidades locales tienen, al menos parcialmente, una causa y una respuesta global. Finalmente, su carácter endogámico dificulta la construcción de redes de conocimiento que enriquezcan las culturas y tradiciones propias con elementos provenientes del exterior, ya sea del Norte o de redes de conocimiento y cooperación Sur-Sur. Por ello, urge atender a las posibilidades de integración de otros medios- como el vídeo, la filmografía e internet- para favorecer el desarrollo humano.

**Palabras clave:** comunicación para el cambio social, TIC, radios comunitarias, medios indígenas, globalización.

## New Technologies for other Strategies in Communication for Social Change. Beyond Community Radio

### Abstract

Community radio is the most widely used communication media in projects of social change, but it is not exempt of collateral risks in the fields of invisibility, isolation and knowledge inbreeding. Communities who exclusively resort to it, scarcely get to spread their message. Somehow they are also condemned to an isolation which seems paradoxical in the current international society, where every local need has, at least partially, a basis and a global response. Finally, its inbred nature impedes the construction of networks of knowledge to enrich the own culture and tradition with external resources, whether they come from the North or from South-South cooperation nets. Thus, it is imperative to attend to the potentials of integrating other communication media- such as video, film and Internet - to promote human development.

**Keywords:** communication for social change, ICT, community radio, indigenous media, globalization.

### Referencia normalizada

TRAVESEDO DE CASTILLA, Concepción (2013): "Nuevas tecnologías para otras estrategias de comunicación para el cambio social. Más allá de las radios comunitarias". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 19, Núm. 1, págs.: 295-309. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

**Sumario:** 1. El punto de partida: la autogestión de los medios de comunicación social. 2. Las limitaciones de las radios comunitarias: invisibilización, aislamiento y endogamia del conocimiento. 3. Las posibilidades del vídeo y la filmografía en el ámbito de la comunicación para el cambio social. 4. Internet, fuente de oportunidades en solitario o integrando proyectos híbridos. 5. Referencias bibliográficas.

### 1. El punto de partida: la autogestión de los medios de comunicación social

Everett Rogers, Wilbur Schramm y Daniel Lerner fueron los promotores de los primeros estudios que, desde la academia, abordaron la relación existente entre comunicación y desarrollo humano. Desde entonces se asume que los medios de

comunicación sociales son muy importantes en la divulgación de nuevas posibilidades y prácticas dentro de los procesos de innovación cultural y desarrollo, que fomentan una mayor participación de los ciudadanos en la sociedad, y que ayudan a adquirir las destrezas que el progreso demanda (Beltrán, 2005: 6-11).

Las perspectivas más actuales de la comunicación para el desarrollo van más allá al rechazar los modelos de difusión-comunicación vertical y de un solo sentido, asumiendo que lo que acelera el desarrollo es la activa participación de cada individuo en el proceso de comunicación en sí mismo. La gente debe estar informada para resolver sus problemas, y esa información es provista por los medios de comunicación. Pero si los medios además son accesibles, la comunidad puede dar a conocer sus necesidades de información y discutir sobre sus condiciones reales de vida.

En este sentido, la forma más desarrollada de participación debe ser la autogestión, principio que implica el derecho a participar en la planificación y producción del contenido de los medios. Los elementos imprescindibles de un proyecto de comunicación participativa deben ser: apropiación del proyecto por la comunidad hasta alcanzar la autogestión, un mínimo de experiencia y conocimiento del terreno, y la creación de redes horizontales de comunicación capaces de canalizar los mensajes hasta el exterior y alcanzar a un público con el que compartir conocimiento y experiencias.

Coincidimos con Gumucio-Dagron cuando afirma que “las estrategias de comunicación para el desarrollo más exitosas son aquellas que fortalecen los propios canales de comunicación tradicionales, amplificando las voces locales y anclándose en la cultura” (Gumucio-Dagron, 2004b: 25). Son mayoría los teóricos que se adhieren a esta premisa y defienden además que medios de masas y vías tradicionales de transmisión oral participen de mecanismos de comunicación horizontal, dialógica y participativa, y que ambas rutas de comunicación se combinen en entornos étnicamente diferenciados.

En esta misma línea, Jean Servaes se muestra a favor de la integración de distintos medios de comunicación. “Los modernos medios masivos y las redes paralelas de medios folklóricos o de comunicación interpersonal no son por definición mutuamente excluyentes”. En determinados contextos, ambos pueden alcanzar éxitos de más largo alcance si se utilizan de manera integrada y considerando las necesidades y contrastes del contexto local (Servaes, 2000: 25).

Pero es necesario insistir en que esta apuesta por el diálogo entre los nuevos medios de comunicación social y las vías tradicionales de transmisión oral- especialmente relevante para el desarrollo de determinados grupos étnicos minoritarios- solo cobra sentido si se acompaña de una gestión horizontal y participativa donde se alcance “la más avanzada e integral forma de participación” según la UNESCO: la autogestión (Beltrán, 1981: 5-35). En este sentido, la estrategia debe favorecer la apropiación del medio por la comunidad y su autonomía frente a actores externos, así como la posibilidad de utilizar estas herramientas de acuerdo a su particular modo de entender la realidad. Se trata, sin más, de poner los medios al servicio de las necesidades de la comunidad, respondiendo a sus demandas y contribuyendo de esta forma a la conservación y el fortalecimiento de su identidad cultural.

La intención es, por lo tanto, abordar un análisis de la capacidad de los medios modernos para, como ya señalara Wilbur Schramm, suplementar y complementar

como multiplicadores de movilidad (UNESCO, 1997: 18-19)- o capacidad para el cambio- a los canales orales de la sociedad tradicional, con el objetivo de favorecer el desarrollo de los pueblos desde la mejor plataforma posible: la reafirmación de la identidad propia y la integración sin aculturación en el entorno diverso.

La producción audiovisual, internet y otros recursos mixtos están dando ejemplos exitosos de estrategias para el cambio social en la nueva sociedad global e informatizada. Si bien es cierto que los modelos más relevantes han surgido en contextos desarrollados tanto económicamente como en el campo de la protección de los derechos y libertades individuales, ello no impide que puedan ser exportables, con ajustes, a otros entornos menos privilegiados.

La filmografía ha sido el medio más utilizado por los maoríes de Nueva Zelanda, mientras que la radio se ha demostrado el medio más adecuado para las mujeres aborígenes en Canadá. Así, cualquier análisis de los variados ejemplos de medios de comunicación indígena que se pueden encontrar por todo el planeta conduce a la conclusión de que cada comunidad debe escoger el tipo de medio que mejor se adapte a sus necesidades, pero eso implica conocer todas las alternativas y no cerrarse a la posibilidad de incorporar tecnologías más sofisticadas que la radio. La comunidad debe apropiarse de los medios y rediseñarlos en función de su interés cultural específico, y no asumir que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son útiles exclusivamente en la forma en que las culturas dominantes las han utilizado tradicionalmente (Ginsburg, 2008: 289-290).

En este texto, pretendemos profundizar en las posibilidades que ofrece un medio de masas como es la producción audiovisual (que favorece la visibilización y la reafirmación de la identidad propia) e indagar en las capacidades de la World Wide Web (integración y construcción de redes de conocimiento) para reforzar proyectos de desarrollo humano basados en la creación de medios autogestionados.

## **2. Las limitaciones de las radios comunitarias: invisibilización, aislamiento y endogamia del conocimiento**

Hace tiempo que las radios comunitarias se presentan como el medio de comunicación con más capacidad potencial para favorecer el desarrollo de una comunidad. Es, sin duda, el medio más utilizado con este fin, y está considerado por muchos autores como el más poderoso. Los cinco rasgos fundamentales de las radiodifusoras comunitarias son acceso, participación, autogestión, propiedad y responsabilidad (Tabing, 2004: 11-12). En otras palabras, su orientación a satisfacer las necesidades de la comunidad donde se ubican, la participación de miembros de la comunidad en la propiedad, producción y transmisión de contenidos, y su concepción como servicio público sin fines de lucro.

En términos generales, estos medios comunitarios, educativos, populares o ciudadanos favorecen el desarrollo agrario, la participación política, el acceso a información sanitaria, la transformación social, la identificación de intereses compartidos, la protección cultural.... Para Gumucio-Dagron “la radio ha sido durante más de cincuenta años el instrumento más atractivo para la comunicación y el desarrollo participativo. Sin duda es la herramienta comunicacional más extendida en el mundo y el medio ideal para provocar cambios sociales” (Gumucio-Dagron, 2001: 15). Su fácil manejo

y bajo coste, así como la capacidad para llegar a las comunidades más aisladas y excluidas superando la distancia y el analfabetismo, la convierten en el medio de referencia y pionero dentro del ámbito de la comunicación participativa.

Sin embargo, y sin querer restar valor alguno a los éxitos cosechados con esta herramienta, es necesario identificar posibles efectos colaterales en el ámbito de la invisibilización, el aislamiento y la endogamia del conocimiento. Las comunidades que basan sus estrategias de desarrollo en el uso de radios comunitarias tienen escasa capacidad para canalizar sus mensajes hacia el exterior, no apuestan por su visibilización y, cuando lo hacen, no es teniendo como prioridad la integración en el entorno diverso. En ocasiones se sostiene un aislamiento que resulta paradójico en la nueva sociedad internacional, donde todas las necesidades locales tienen, al menos en parte, una causa y una respuesta global. Por último, su carácter endogámico dificulta la construcción de redes de conocimiento que permitan el enriquecimiento de las culturas y tradiciones propias con elementos provenientes del exterior, ya sea del Norte o de redes de conocimiento y cooperación Sur-Sur.

Las radios comunitarias están ayudando a conservar lenguas y tradiciones en pequeñas poblaciones, pero no difunden esta riqueza cultural más allá de las propias fronteras del grupo étnico. Y en la nueva sociedad global, la integración en la diversidad se antojan retos ineludibles. Así, uno de los rasgos más limitadores de las radios comunitarias lo encontramos en ese ámbito de la visibilización. El espíritu indigenista o indianista que en muchos casos ensambla estos medios comunitarios favorece, en cierto sentido, la invisibilización del grupo. Los medios comunitarios estrictamente indígenas, aquéllos cuya propiedad y gestión son responsabilidad de la comunidad, son, en la mayoría de los casos, radios comunitarias de débil potencia cuyo alcance no consigue sobrepasar los límites en los cuales operan (Alí, 2010-2011: 6).

Como recuerda Carlos del Valle, se han hecho muchos estudios sobre comunidades indígenas y medios de comunicación, pero la mayoría se ha centrado en las representaciones que se hace de los grupos étnicos en los discursos públicos mediáticos. Se trata de análisis centrados más en los medios como objeto de estudio que en los grupos étnicos. Es decir, la imagen de las minorías solo es un pretexto para estudiar el comportamiento de los medios:

“Pero, ¿de quién estamos hablando en este ejercicio comprensivo? Creemos entender a las otras comunidades en estos análisis, pero lo que hacemos es autorreferimos, y en esta autorreferencia permanente creamos dos efectos: a) deformar inevitablemente al otro desde nosotros, aunque comprendemos que no es posible evitar esta deformación; y b) hablar no del otro, sino de una autorreferencia [...], cuyos elementos de representación son elegidos por los observadores, en un ejercicio de invención de lo que se observa” (Del Valle, 2005: 51-64).

En esta situación, se hace imprescindible que las propias comunidades indígenas o minoritarias asuman el reto de su visibilización sin mediaciones, mediante la apropiación de los medios de comunicación, pero sobre todo de aquéllos con capacidad de alcanzar a un público global.

Además de las limitaciones que presentan las radios comunitarias en el, a nuestro parecer, decisivo ámbito de la visibilización, la condición “comunitaria” de estos me-

dios implica igualmente una cierta inclinación hacia el aislamiento del entorno en el que, de forma más o menos conflictiva, se encuentran inmersos. Y eso supone un problema en un contexto en el que los principales centros de toma de decisiones son transfronterizos y escapan incluso a los niveles nacionales, lo que evidencia la pérdida de poder no ya local, sino de los propios estados nacionales.

La complejidad de la sociedad internacional implica que los estados nación, por sí solos, tienen unos márgenes cada vez más estrechos a la hora de dar respuesta a los intereses de sus ciudadanos, y confrontan problemas de alcance y naturaleza global que desestabilizan seriamente sus estructuras internas. Entre esos problemas, con máxima importancia, se encuentra el de la pobreza, un modo de vida con rasgos comunes en su proceso de reproducción allí donde se encuentre, apátrida, aunque con variaciones locales. De ahí que se requieran transformaciones socioculturales que den cabida a soluciones translocales y a nuevas propuestas de desarrollo, otros formatos organizativos que permitan abarcar las múltiples dimensiones transversales de la pobreza, capaces de propiciar integración social, movilización popular y participación. Y ello supone concentrarse en nuevas instancias de actuación social que podrían ser organismos supranacionales en articulación con los movimientos sociales y las ONGD, o regiones transfronterizas organizadas y articuladas con los estados nacionales (Lorena, 2005: 6-7).

Por último, volviendo a las limitaciones de las radios comunitarias, creemos que resulta vano ignorar el tsunami tecnológico que está revolucionando a nivel mundial el campo de las comunicaciones, la participación social, y determinados procesos de democratización en países del Sur. En definitiva, los prejuicios tecnofóbicos no pueden condenar a estas comunidades a la exclusión de unos flujos comunicativos que se desarrollan en torno a parámetros radicalmente distintos.

De hecho, entre los rasgos más sugerentes de los medios tecnológicamente más avanzados encontramos su capacidad para favorecer la construcción de Redes Basadas en el Conocimiento. En palabras de Vikas Nath:

“Las comunidades disponen de unos conocimientos y una experiencia que debe encontrar sinergias con la información disponible [...]. Al igual que se deben superar las brechas de conocimiento entre los países ricos y pobres, existen brechas en el interior de los países. Las redes basadas en el conocimiento superan las brechas entre comunidades [...] permitiendo la interacción y el diálogo, nuevas alianzas, redes interpersonales y vínculos intersectoriales entre organizaciones de forma que ‘el conocimiento útil’ se comparte y se canaliza para desarrollar ‘mejores prácticas de gestión’ y para proporcionar apoyo en la toma de decisiones. Trabajar con redes de conocimiento implica que el conocimiento se adquiera no solo a través de la creación, sino también mediante la transferencia de conocimientos existentes en otros lugares [...] Trabajar en red para compartir información satisface la necesidad global de información, aumenta la conciencia entre los agentes de cambio o aquellos que pueden ejercer presión externa, y estimula la participación activa e informada de comunidades y personas. Es más, se establece un mecanismo que permite la articulación y puesta en común de conocimiento autóctono con la potencialidad de un mayor enriquecimiento de esta información mientras pasa a través de los usuarios de la Red” (Nath, 2000: web).

En este punto, merece la pena recordar la declaración de principios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI) porque allí se enfatiza la trascendencia de este nuevo contexto y su posible impacto en la solución de problemas comunes. Esta nueva forma de crear y compartir conocimiento puede redundar en beneficios y transformaciones positivas para nuestras sociedades (CMSI, 2004: web).

Para Stephen Browne, hablamos de un nuevo paradigma que define las formas más importantes de conocimiento: aquellas que surgen de una combinación del conocimiento local con el conocimiento que adquirimos de otros lugares. Eso sí, rechazando el tradicional modelo que considera que el Norte siempre será “la contraparte experta” y aceptando que la información puede ser- o no ser- “útil” ya provenga del Sur o del Norte. Se trata de una concepción del proceso de interacciones culturales basada en un punto de vista interculturalista, que percibe la globalización como la “compresión de culturas”, alejado de las ya muy matizadas teorías que defendían que la globalización de las comunicaciones y la cultura promueven el imperialismo y la homogeneización cultural (Servaes, 2001: 6-13).

En resumen, si bien la creación de capacidades es y debe ser un fenómeno indígena, con rasgos idiosincrásicos, y que siga un proceso endógeno muy determinado por los contextos locales, “el desarrollo de las capacidades también puede acelerarse y acrecentarse como respuesta a estímulos externos” (Browne, 2002: 1-14). Las TIC nunca deben considerarse un objetivo, pero sí debe estudiarse su utilidad como herramienta que puede participar con éxito, en determinados casos, en proyectos de comunicación para el cambio social. Como señala Manuel Acevedo, la Sociedad Red ha llegado para quedarse, y no merece la pena detenerse a analizar si es o no el mejor contexto para propiciar el desarrollo humano. Lo práctico es empezar a estudiar ya de qué forma podemos maximizar sus mejores rasgos y minimizar los obstáculos en este nuevo escenario (Acevedo, 2006: web).

Aplicando este nuevo enfoque a la tradicional metáfora sobre la cooperación al desarrollo, hace tiempo que se asumió que la estrategia de dar un pez para acabar con el hambre es a largo plazo contraproducente. También sabemos que se puede hacer algo mejor que entregar una caña y enseñar a pescar con ella: aprender la técnica tradicional de pesca de la contraparte, comprobar si sabemos hacer los nudos de sus redes más sólidos, y unir nuestro conocimiento al suyo. Pues bien, ahora, gracias a las posibilidades de la construcción de conocimiento en red y a las TIC, también es posible edificar un soporte de información que reúna datos sobre el precio del pescado en distintos mercados, condiciones meteorológicas y de pesca, especies disponibles, consejos de otros pescadores, tiendas con piezas de repuesto... (Acevedo, 2008: web).

En este contexto, merece la pena detenerse a estudiar las posibilidades que ofrece la integración de otros medios de comunicación- como el vídeo, la filmografía e internet- para favorecer el cambio social, preservar, enriquecer y difundir la identidad cultural, y contribuir al desarrollo de los grupos sociales minoritarios.

Sin embargo, en plena revolución tecnológica y comunicativa, la radio continúa siendo el ejemplo paradigmático de medio comunitario en amplios sectores de las sociedades latinoamericanas y africanas. De hecho, frente a la escasa atención a iniciativas que exploten las sinergias entre las nuevas tecnologías y medios tradicionales como el cine o la radio, y que reúnan además los requisitos para ser considerados pro-

yectos exitosos de comunicación participativa, encontramos una profusa literatura sobre las radios comunitarias. Esta amplia bibliografía raya, a nuestro parecer, lo reiterativo, hasta el punto de que a menudo da la sensación de ser un campo de estudio agotado, sin avances epistemológicos ni prácticos reales desde hace demasiados años.

Si bien esta tecnología barata está permitiendo éxitos incontestables en contextos de marginación económica y/o política, existen otros escenarios con problemáticas similares o diferentes en los que es posible y aconsejable la utilización de otras herramientas de comunicación. El objetivo no es exclusivamente la integración doméstica y el desarrollo de la comunidad, también su visibilización y aceptación en un entorno étnica y culturalmente distinto. Aunque no es un requisito ineludible, hasta el momento las mejores experiencias de comunicación para el desarrollo que están recurriendo a tecnologías más avanzadas se encuentran en contextos económicamente prósperos, con legislaciones desarrolladas en el campo de la igualdad de oportunidades y la defensa de los derechos humanos, como es el caso de las comunidades indígenas inuit (Canadá), sami (norte de Europa), maorí (Nueva Zelanda) y otras comunidades indias americanas en Estados Unidos.

Estos ejemplos, algunos de los cuales mencionamos en las siguientes líneas, pueden servir como modelo para la extensión de estrategias de desarrollo basadas en el uso de la producción audiovisual y/o internet a otros escenarios menos favorecidos económicamente, ya que como algunas experiencias están demostrando, en escenarios poco prósperos económicamente las nuevas tecnologías también pueden dar resultados e, incluso, respuesta a necesidades que no pueden satisfacer las radios comunitarias.

### **3. Las posibilidades del vídeo y la filmografía en el ámbito de la comunicación para el cambio social**

Si bien América Latina no es la región donde se han desarrollado los proyectos más exitosos de comunicación para el cambio social basados en la utilización del vídeo, ya en los años 70 encontramos algunos ejemplos aplicados al campo del desarrollo rural. Entre los pioneros se encuentra Manuel Calvelo Ríos, experto de la FAO y creador de la Metodología de Capacitación Masiva Audiovisual, más tarde conocida como Pedagogía Masiva Multimedial (Calvelo, 1998: 200). La PMM, que desafía el modelo teórico de la información emisor-medio-receptor, asume como lema el refrán campesino “si lo oigo me olvido, si lo veo me acuerdo y si lo hago lo aprendo”.

Entre las ventajas que Calvelo Ríos encuentra en el vídeo como medio preferente para el aprendizaje se encuentra que permite un modelo de comunicación horizontal y democrático, que él denomina modelo Interlocutor-Medio-Interlocutor (I-M-I), diferente del modelo Emisor-Medio-Receptor. Así pues, “el vídeo como medio de comunicación permite, en el marco de este modelo I-M-I, conservar y reproducir la cultura popular”.

El modelo, que valora la capacidad que tiene el vídeo para superar las barreras del analfabetismo, la baja escolaridad, el multilingüismo y la dispersión de la población rural, se basa en una comunicación horizontal y democrática sobre la base de un modelo I-M-I entre el universo campesino por una parte, y el universo científico-técnico por otro.

Pero la producción audiovisual alcanza su máxima expresión como medio para el desarrollo social cuando en los años 80 el documental o cine etnográfico rompe el paradigma clásico por el que “nosotros” siempre les filmábamos a “ellos”. Desde el momento en que los pueblos indígenas gestionan y se apropian de la producción audiovisual, también empiezan a ser los principales responsables de la creación de su propia imagen. Al principio algunos creadores prefirieron trabajar con directores asentados como el activista Vincent Carelli, en el Centro de Trabalho Indigenista de Sao Paulo, y Sarah Elder y Leonard Kamerling en el Alaska Native Heritage Project. Otros con antropólogos como Terry Turner, que inició el Kayapo Video Project. Y el resto se introdujo en solitario en la producción cinematográfica, como el videoartista y activista hopi Victor Masayesva, Jr., y el productor y director inuit Zacharias Kunuk (Ginsburg, 1995: 64-76).

Desde el hito de *Pathfinder* en 1987, dirigida por el sami Nils Gaup, hasta los más recientes *Smoke Signals* (1998) y *Atanarjuat: The Fast Runner* (2001), los medios globales se han convertido en un poderoso terreno de producciones audiovisuales a través del que directores y activistas indígenas se apropian de las tecnologías usadas en el Norte para documentar las tradiciones culturales, contrarrestar las desfiguraciones de los pueblos aborígenes, y construir un futuro cultural indígena. Los premios cosechados por muchas de estas producciones en festivales de cine internacionales, y las corrientes de simpatía hacia las problemáticas indígenas que han sembrado en la opinión pública internacional, demuestran la relevancia que implica tener la capacidad de darse a conocer fuera de las propias fronteras. No menos importante, estos medios están desempeñando un papel social crucial al proporcionar una herramienta para la creación de nuevas prácticas de solidaridad, identidad y comunidad.

Desde el nacimiento de estas producciones un amplio elenco de investigadores ha analizado la forma en que las tecnologías de la comunicación se transforman y adaptan para dar respuesta a las necesidades de las comunidades indígenas. Estos estudios han indagado, entre otras cuestiones, en la creación de recuerdos encubridores por parte de estas producciones audiovisuales; en su importancia en el activismo en la Amazonía y Brasil y en otras iniciativas de comunicación indígena en Latinoamérica; en el impacto de la cinematografía inuit; las formas de representación de la identidad en el vídeo amerindio; los esfuerzos por “descolonizar” las pantallas; las distintas políticas culturales nacionales que bien promocionan o constriñen la producción mediática nativa; o las representaciones estéticas aborígenes en medios indígenas.

En el festival *First Nation/First Features: a showcase of World Indigenous Film and Media*, celebrado en 2005 en Nueva York, el extenso repertorio de obras cinematográficas creadas por directores indígenas de todo el mundo reflejó cómo se recurre a las tradiciones narrativas para crear visiones cinematográficas que enaltecen los viejos universos culturales indígenas, integrándolos en modelos narrativos contemporáneos que tienen la capacidad de llegar hasta audiencias locales y globales. Y cómo esto se consigue abarcando una inmensa variedad de estilos y contenidos, siendo los más comunes las relaciones familiares, la traslación de leyendas tradicionales a la gran pantalla, la realidad contemporánea y las dificultades para la integración en formas de vida urbana de estas comunidades, y sus vínculos con la Tierra (Dowell, 2006: 376–384).

En esencia, todos los medios indígenas tienen un componente político que, como poco, demanda la preservación de la cultura y la lengua propias. Pero asimismo, estos medios no han huido de temáticas espinosas y polémicas que afectan a los propios movimientos indígenas, han intentado traspasar fronteras y llegar hasta otras comunidades aborígenes, han servido como plataforma para reivindicaciones sobre la posesión de las tierras, y han reclamado la competencia de ser los creadores de su propia imagen.

Más allá de su valor artístico, la producción cinematográfica indígena atrae por su organización comunitaria y por haberse convertido en una herramienta de apropiación cultural y social. El abaratamiento de la tecnología, sobre todo en el caso del vídeo, ha ayudado a democratizar la producción audiovisual. Por lo tanto, la capacidad de crear películas, series o documentales ha dejado de pertenecer exclusivamente a las grandes empresas de cine y televisión para formar parte de la vida comunitaria. La videoproducción comunitaria puede contribuir al empoderamiento personal y colectivo, a la desmitificación de los medios comerciales, a revertir los roles de poder y a fortalecer la fuerza colectiva.

Los medios pueden contribuir a la resistencia cultural, como reflejan centenares de profesionales indígenas que trabajan a diario en la radio y, en menor medida, en la televisión. Y el cine indígena puede consolidar esta resistencia y ayudar a la normalización cultural y lingüística. Es más, puede permitirse el lujo de hacerlo con una normalidad subversiva recurriendo a la ficción. La narrativa permite huir del reportaje antropológico y del panfleto político. Precisamente, lo más subversivo de una película indígena puede ser su apariencia apolítica. Los vídeos que relatan historia de amor o las películas de misterio pueden simbolizar formas de resistencia más efectivas que las producciones claramente activistas. Incluso, al usar una lengua minoritaria de forma “no política”, se sitúa a ésta al mismo nivel que la lengua dominante. En consecuencia, una película que no parece política lo es, y mucho, precisamente por no parecerlo. Así, este tipo de cine se puede considerar una estrategia de resistencia cultural entre otras razones porque rompe estereotipos, se expresa en la lengua minoritaria y usa la ficción de una forma subversiva (Castells i Tallens, 2003: 50-57).

#### **4. Internet, fuente de oportunidades en solitario o integrando proyectos híbridos**

La aceptación del vídeo y la filmografía como herramienta para los proyectos de desarrollo social por su “creatividad y capacidad de adaptación a contextos sociales y culturales cambiantes”, en palabras de Gumucio-Dagron, contrasta con las suspicacias que sigue despertando internet, definido por éste y otros muchos autores como el principal responsable del “apartheid electrónico”. “La disponibilidad de computadoras y de conectividad no es la panacea para el desarrollo y el cambio social porque la red, tal y como está configurada, no es una herramienta idónea para la mayoría de la población del mundo” (Gumucio-Dagron, 2004a: 84-91).

Nos inclinamos más hacia las tesis defendidas por académicos como Manuel Acevedo Ruiz y activistas como Jean-Paul Marthoz. Desde la perspectiva del primero, la afirmación de que las tecnologías de la información y la comunicación incrementan la desigualdad o inequidad no sería más que un falso mito, ya que si bien en las pri-

meras etapas de su introducción las tecnologías tienden a amplificar las diferencias, a medio o largo plazo ello dependerá de los modelos económicos y sociales imperantes, y no de las tecnologías en sí mismas. Hay ejemplos de políticas nacionales comprometidas con la extensión de los beneficios de las TIC al conjunto de la sociedad (Corea, Irlanda, Letonia, Jordania, Venezuela), y si bien la brecha digital global es amplia, con el tiempo se acortará como ha ocurrido con otras TIC (radio, TV, teléfono). La siguiente reflexión de Acevedo es difícilmente rebatible: ¿Contribuyen las bibliotecas públicas a aumentar la inequidad entre los más favorecidos que ya saben leer y los analfabetos? ¿Sería esto motivo para impedir su construcción o cerrarlas hasta lograr la alfabetización universal? (Acevedo, 2006: web).

Por su parte, Marthoz pone el acento en que las nuevas tecnologías de la información y comunicación han potenciado las capacidades de las organizaciones ciudadanas. “Gracias a los medios de comunicación modernos, y especialmente a internet, las redes mundiales pueden fácilmente crearse, movilizar, actuar”. El lema *don't hate the media, be the media* que proclaman los partidarios de la información alternativa, no solo es válido para países industrializados, y hasta en Costa de Marfil centenares de internautas africanos se conectaron inmediatamente a la página web de Human Rights Watch para obtener el informe en el que se denunciaban abusos de su gobierno (Marthoz, 2002: 141-153).

No obstante, en general se sigue percibiendo cierta tecnofobia, como mínimo un notable escepticismo, en lo concerniente a la capacidad de internet para convertirse en una herramienta útil y adaptable a las minorías desfavorecidas. Es probable que esto se deba a que muchos de los principales teóricos y expertos en comunicación para el cambio social provienen de ámbitos latinoamericanos, donde, en términos generales, se sigue apostando mayoritariamente por las radios comunitarias.

Esta percepción se basa, entre otras cosas, en el hecho de que desde principios de los noventa la UNESCO editara informes como *Medios de comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local*, del profesor de la City University de Londres Peter Lewis, en el que el potencial de las radios comunitarias se analiza al mismo nivel que el del video, la televisión, “la comunicación informatizada”, la prensa, etc... (Lewis, 1995: web), mientras que todavía hoy es difícil encontrar académicos latinoamericanos de la primera escuela de estudios sobre comunicación y desarrollo que dediquen un verdadero interés a analizar alternativas a las radios comunitarias.

En su conocida obra de 2001 *Haciendo Olas. Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*, Gumucio-Dagron sí reconoce beneficios en posibles proyectos híbridos que combinen video e internet. Este estudio fue resultado de una iniciativa de la Fundación Rockefeller, que promovió desde abril de 1997 hasta 2001 una serie de reuniones entre expertos para reflexionar sobre la comunicación para el cambio social en los albores del nuevo milenio. En él se recogen 50 experiencias definidas por la directora de comunicación de la Fundación, Denise A. Gray-Felder, como “algunos de los experimentos más innovadores de la comunicación participativa en el mundo”.

En la obra, el académico boliviano reconoce que “Aunque el video como herramienta de comunicación participativa para el cambio social está recién en sus albores

[decía en 2001], su potencial es enorme debido en particular a la previsible convergencia con programas de la internet de alto contenido visual”. Esta “convergencia de la tecnología inalámbrica [...] con la radio y con la televisión” sería “el camino a seguir”, si bien, para que la tecnología pueda constituir una respuesta adecuada, la cultura, la identidad y la participación comunitaria deben ocupar el centro de la discusión (Gumucio-Dagron, 2001: 26-35). En cualquier caso, este monográfico sobre la evolución en el campo de la comunicación participativa para el cambio social seguía apostando por las radios comunitarias como la mejor herramienta para que comunidades del Sur pudieran cambiar las circunstancias de su pobreza, discriminación y exclusión.

El estudio tiene también la particularidad de centrarse en países del Sur, más en concreto en regiones de América Latina, África y Asia. Quedan excluidas aquellas experiencias desarrolladas en comunidades indígenas integradas en países del Norte, ese Cuarto Mundo caracterizado por la exclusión o la marginación en un contexto de riqueza y desarrollo como pueden ser la comunidad inuit en Canadá, los nativos de Estados Unidos o los aborígenes australianos. Y eso a pesar de que en ellas podemos encontrar proyectos de gran interés orientados a conservar y mantener vivas culturas minoritarias especialmente amenazadas al tener que convivir e interactuar con sociedades que son auténticas potencias culturales a nivel mundial.

Así, otro dato relevante en relación con las experiencias de comunicación participativa es, a nuestro parecer, descubrir que la presencia de importantes regiones y comunidades indígenas en la literatura relacionada es prácticamente inexistente. Esta constatación nos lleva a pensar que, quizás, la mayoría de los estudios que dicen abordar este tema a nivel internacional son, en realidad, poco representativos.

Lo cierto es que entre los investigadores de la comunicación para el cambio social hoy aún es escaso el estudio de estrategias que no se basen en la utilización de la radio comunitaria. No es fácil encontrar información sobre proyectos que exploten las sinergias entre las nuevas tecnologías y medios tradicionales como el cine o la radio, y que reúnan además los requisitos para ser considerados proyectos exitosos de comunicación participativa autogestionados. Llama la atención el hecho de que los principales organismos internacionales e instituciones dedicados a la lucha contra las causas de la pobreza lleven más tiempo que la academia dirigiendo sus miradas hacia las muchas posibilidades que ofrecen las TICs y estén detrás de las publicaciones más importantes que se pueden localizar sobre este tema.

Se ha realizado alguna investigación interesante sobre las oportunidades que ofrece internet en conjunción con las radioemisoras, pero apenas existe literatura sobre otros tipos de proyectos híbridos. Así, los escasos ejemplos que se pueden encontrar, y que han sido analizados por los expertos en la materia, o bien tienen una trayectoria demasiado corta, o bien se centran básicamente en la convergencia de la radio e internet. Un referente de proyecto basado en la búsqueda de esa convergencia lo encontramos en la radio de Sri Lanka Radio Kothmale, que desde 1989 es una de las primeras en explorar sinergias con la World Wide Web. Desde entonces han sido muchas las experiencias iniciadas siguiendo la estela de Kothmale, las suficientes como para merecer la atención de la FAO, expertos de la comunicación para el cambio so-

cial y varias importantes fundaciones internacionales que apoyaron la publicación en 2004 del monográfico *Secreto a Voces* dedicado a analizar, en algunos casos desde el escepticismo, las posibilidades de la radio, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y la interactividad (Girard, 2004: web).

No obstante, los trabajos más ambiciosos que hemos encontrado sobre la relación entre las TIC y el desarrollo humano proceden de ámbitos de estudio como la ingeniería de telecomunicaciones, la educación e, incluso, la antropología, mientras que los investigadores del campo de los medios de comunicación parecen seguir mayoritariamente anclados en una cierta tecnofobia a la hora de relacionar medios de comunicación y cambio social.

Actualmente uno de los principales focos de investigación sobre las posibilidades que ofrecen las TIC para el desarrollo humano es el Massachusetts Institute of Technology, que a través de diversos proyectos intenta desmontar mitos como que el teléfono ofrece una mejor y más barata oportunidad para la conectividad de los habitantes de zonas rurales aisladas que internet y sus servicios de mensajería digital. Ejemplos como el de Daknet en la India, el proyecto Motoman en Camboya y el de la organización First Miles Solutions, demuestran la solidez de un uso de internet basado en la conexión intermitente, una comunicación asincrónica, que permite que pueblos aislados puedan beneficiarse de una comunicación con el resto del mundo por un costo 20 veces inferior al de una línea telefónica (Pentland et al., 2004: web).

Aunque los pueblos indígenas están infrarrepresentados en el ciberespacio, las autotopistas de la información proporcionan una plataforma para que cualquier comunidad, por muy aislada que esté, pueda aumentar su esfera de influencia y congregar apoyo político en su lucha por la supervivencia cultural. En clara ventaja con quienes solo recurren a la radio, las comunidades que ya están utilizando la red, además de fortalecer los vínculos internos están conectando con otros pueblos indígenas dispersos por todo el mundo y creando redes para un activismo basado en sus muchos intereses comunes.

Por supuesto, estos pueblos están haciendo un uso de internet y de las nuevas plataformas digitales que no tiene por qué coincidir con el de los pueblos del Norte. La aplicación que se les dé dependerá de sus necesidades particulares, unas veces fomentará el desarrollo de redes de activismo político, y otras la capacidad para dar a conocer sus culturas tradicionales en otros territorios.

Varias iniciativas recientes nos ayudan a vislumbrar las muchas posibilidades que también ofrecen los proyectos híbridos, en este caso en comunidades desfavorecidas integradas en países ricos y con un sistema democrático. Igloolik Isuma, la productora de cine independiente gestionada por inuits mencionada en líneas anteriores, lleva años distribuyendo su obra filmográfica en su portal de internet, a través del que además ofrece coberturas y emisiones en directo y acceso a un archivo audiovisual de piezas antiguas que recogen la tradición y cultura inuit. Como explica la creadora del portal, "Isuma ha ansiado durante mucho, mucho tiempo utilizar internet para conectar al lejano Ártico con pueblos de todo el mundo, una manera para traer gente a Igloolik sorteando los enormes gastos y dificultades que acarrea desplazarse hasta aquí, así como para permitir a los inuit permanecer en sus comunidades o lejos en la tundra sin perder contacto con el siglo veintiuno". Us Mob, proyecto de los aborígenes

australianos arremte que viven en las reservas de Alice Springs, es otro ejemplo de portal de internet para jóvenes que emite series y ofrece todo tipo de contenidos interactivos para dar a conocer el día a día de los chicos que viven en la reserva. En palabras de su creador, “Intento construir un puente de comunicación dinámica que han iniciado los jóvenes arremte de Alice Springs con una invitación dirigida a todos los niños del mundo para jugar, compartir y comprometerse con historias que son comunes a toda la gente joven”. Por último, la serie juvenil canadiense *The Raven's Tales*, realizada por artistas y escritores aborígenes con técnicas de animación digital, es otro ejemplo de lo que la antropóloga Faye Ginsburg define como un “activismo cultural” que utiliza los medios de comunicación no solo para preservar y construir sus comunidades, sino también como una vía para estimular su transformación a través de lo que podríamos denominar “tradicionalismo estratégico” (Ginsburg, 2008: 300).

Tanto la insuficiencia de estudios, nuevos paradigmas e iniciativas innovadoras en el ámbito de la comunicación participativa para el cambio social que combinen con éxito las nuevas tecnologías con medios tradicionales, como el escaso interés por algunas interesantísimas iniciativas en comunidades indígenas en países del Norte, justifican la necesidad de detenerse a aprender también de experiencias exitosas y ejemplares lideradas por comunidades como la inuit, sami, maorí y otros grupos indios norteamericanos. Un repaso global de las muchas estrategias utilizadas para poner a los medios de comunicación al servicio del desarrollo humano debe llevarnos a la conclusión de que cada comunidad debe poder escoger y diseñar el modelo que más le conviene. Pero para que la elección sea la mejor, es necesario reformular muchos prejuicios y aceptar que las TICs pueden estar mucho más cerca de cualquier ciudadano de lo que a menudo se piensa, y que los usos que damos en los países del Norte a las nuevas tecnologías no tienen por qué coincidir con los que decidan darles en los países del Sur.

## 5. Referencias bibliográficas

- ACEVEDO RUIZ, Manuel (2006): “Información, conocimiento y TICs: la cooperación al desarrollo en la sociedad red”. *Aula Solidaridad*. Comillas, Universidad Pontificia de Comillas.
- ACEVEDO RUIZ, Manuel (2008): “Los desafíos para la integración de las TIC en una cooperación en red”. *Cooperación 2.0, I Encuentro Internacional sobre TICS para el Desarrollo*. Gijón, FIDMA.
- ALÍ, Maurizio (2010-2011): “Medios de comunicación, asuntos étnicos e intercultural en Colombia”. *Razón y Palabra*, nº 74. México, Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.
- BELTRÁN SALMÓN, Luis Ramiro (1981): “Un adiós a Aristóteles: La comunicación “horizontal”. *Comunicación y Sociedad*, nº 6. Sao Paulo, Ed. Cortéz.
- BELTRÁN SALMÓN, Luis Ramiro (2005): “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo”, *III Congreso Panamericano de la comunicación*, Universidad de Buenos Aires.

- BROWNE, Stephen (2002): "Introduction: rethinking capacity development for today's challenges", en BROWNE, Stephen (dir.): *Developing capacity through technical cooperation*, Virginia, Earthscan Publications.
- CALVELO RÍOS, Manuel (1998): "La pedagogía masiva multimedial". *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, vol. XXVIII, n° 4. México, Centro de Estudios Educativos.
- CASTELLS I TALENS, Antoni (2003) "Cine indígena y resistencia cultural". *Chasqui*, n° 84. Quito, CIESPAL.
- CUMBRE MUNDIAL SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (2004): *Declaración de principios. Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio*. Documento WSIS-03/GENEVA/4-S. ONU-UIT
- DEL VALLE, Carlos (2005): "Mediacentrismo e invisibilización de lo étnico como objeto de estudio: una genealogía crítica de la comunicación intercultural". *Signo y Pensamiento*, vol. XXIV, n° 46. Bogotá, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.
- DOWELL, Kristin (2006): "Indigenous media gone global: strengthening indigenous identity on- and off-screen at the First Nations/First Features film showcase". *American Anthropologist*, vol. 108, n° 2. Arlington, VA, The American Anthropological Association.
- GINSBURG, Faye (2008): "Rethinking the digital age", en WILSON, Pamela y STEWART, Michelle: *Global indigenous media: cultures, poetics, and politics*. Durham, Duke University Press.
- GINSBURG, Faye (1995): "The parallax effect: the impact of aboriginal media on ethnographic film". *Visual Anthropology Review*, vol. 11, n° 2. Arlington, VA, The American Anthropological Association.
- GIRARD, Bruce (2004): *Secreto a voces. Radio, NTICs e interactividad*. Roma, FAO.
- GUMUCIO-DAGRÓN, Alfonso (2004a): "El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social". *Investigación y Desarrollo. Revista del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano*, vol. 12, n° 1. Barranquilla, Universidad del Norte.
- GUMUCIO-DAGRÓN, Alfonso (2004b): "¿Prometeo viajando en Cadillac?: los telecentros como el prometido fuego del conocimiento". *Signo y Pensamiento*, vol. XXIII, n° 44. Bogotá, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.
- GUMUCIO-DAGRÓN, Alfonso (2001): *Haciendo olas. Estudio de comunicación participativa para el cambio social*, Nueva York, The Rockefeller Foundation.
- LEWIS, Peter (1995): *Medios de comunicación alternativos: La conexión de lo 'mundial con lo local*. París, UNESCO.
- LORENA CABALLERO, Sybil (2005): "Prácticas emergentes: la ciberdemocracia, las telecomunidades de conocimiento y los telecentros como alternativa para el

- desarrollo”. *Cuadernos del CENDES*, vol. 22, n° 58. Caracas, Universidad Central de Venezuela, Centro de Estudios del Desarrollo.
- MARTHOZ, Jean Paul (2002): “Comunicarse en un mundo globalizado”, en FLOR, José Ignacio y NOVO VILLAVARDE, María (dirs.): *Globalización, crisis ambiental y educación*. España, Ministerio de Educación.
- NATH, Vikas (2000): “Knowledge networking for sustainable development”. *KnowNet Initiative*, abril. London, London School of Economics.
- PENTLAND, Alex (Sandy), FLETCHER, Richard y HASSON, Amir (2004): “DakNet: rethinking connectivity in developing nations”. *Journal Computer*, vol. 37, n° 1, Los Alamitos, IEEE Computer Society Press.
- SERVAES, Jan (2001): “Los medios de comunicación: globalización a través de la localización”. *Revista Científica Digital*, vol. 2, n° 3. Brasil, Universidad Metodista de Sao Paulo.
- SERVAES, Jean (2000): “Comunicación para el desarrollo. Tres paradigmas, dos modelos”. *Temas y Problemas de Comunicación*, año 8, vol. 10. Córdoba (Argentina) Universidad Nacional de Río Cuarto.
- TABING, Louie (2004): *How to do community radio. A primer for community radio operators*, Nueva Delhi, UNESCO.