

Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación

Sección: *Teorías y métodos de investigación en comunicación*

Congreso Internacional AE-IC Málaga 2010 "Comunicación y desarrollo en la era digital"

Alejandro Barranquero
Universidad Carlos III Madrid

Chiara Sáez Baeza
Universidad Autónoma de Barcelona

“La comunicación alternativa es un instrumento de la lucha popular contra el poder, de ahí que una de las diferencias fundamentales entre la teoría de la comunicación alternativa y la teoría de la comunicación dominante deba encontrarse en el área de la teoría del emisor y en las condiciones de producción del significado” (Moragas Spà, en Vidal Beneyto, 1979, p. 78).

Abstract

La comunicación alternativa y la comunicación para el cambio social conforman dos tradiciones teóricas y prácticas complementarias que, desafortunadamente, permanecen invisibilizadas en la mayoría de los programas curriculares de las carreras universitarias de la comunicación. Aunque la trayectoria de los enfoques ha tenido encuentros y bifurcaciones -relacionados con las distintas tradiciones epistémicas y contextos espacio-temporales que coexisten en su seno-, ambos se caracterizan por poner en entredicho el modelo de comunicación tradicional que se enseña en la academia, que acentúa, entre otros, el sentido unilineal de la información, la profesionalización de la emisión, y la pasividad del receptor.

El objetivo de esta comunicación es problematizar esta invisibilización en el contexto académico español. Para ello planteamos, en primer lugar, una fundamentación teórica crítica del origen, evolución y fundamentación teórica de ambas nociones, basada en las tesis doctorales de los autores de la propuesta, en las cuales se abordó la construcción histórica del debate conceptual sobre la comunicación alternativa (Sáez Baeza, 2008) y de la comunicación para el desarrollo/cambio social (Barranquero, 2009). A lo anterior, añadimos los resultados de una encuesta aplicada a profesores de teoría de la comunicación y de la información de universidades públicas españolas, con el objetivo de verificar el conocimiento y aprehensión de estos enfoques -conceptos, autores, herramientas, etc.-, así como su incorporación a los programas académicos de la asignatura. El estudio finaliza delineando un conjunto de sugerencias de actuación a fin de abordar de manera integral ambas cuestiones en la futura agenda académica de las universidades españolas.

Palabras clave

Comunicación alternativa, comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, teoría de la comunicación

1. Introducción

La llegada de la democracia a España en 1975 contribuyó a subvertir en unos pocos años el sistema comunicativo heredado del franquismo y alentó una eclosión sin precedentes de facultades de comunicación. Liberadas de los fines propagandísticos de la dictadura y temerosas del poder que estaban adquiriendo los primeros grupos multimedia, las primeras investigaciones de la Transición (1975-1982) se caracterizaron por plantear un abierto desafío al modelo mediático masivo importado de EE.UU. -Lasswell, Schramm- y por una valiente apuesta por perspectivas críticas como la economía política de comunicación -Smythe, Murdoch, Garnham-, la socio-semiótica y el post-estructuralismo -Fabbri, Eco, Baudrillard-, o los *Cultural Studies* -Williams, Morley, Hall- (Martínez Nicolás. 2009).

Al calor del incipiente “tercer sector de la comunicación” que inaugura la creación de Onda Lliure en Barcelona, este mismo afán crítico motivó reuniones internacionales como el simposio “Alternativas a los Medios de Comunicación” (Salou-Reus, Tarragona, 1978), el congreso “Televisió i Autonomía Política” (Barcelona, 1979) o el encuentro “Economía Política de la Comunicación y la Cultura” (Burgos, 1979), que avivaron una investigación centrada en las estructuras de propiedad y control ideológico de los sistemas comunicativos o en la capacidad de los ciudadanos para transformar estas mismas estructuras mediante la gestión de sus propios medios. En los años de la Transición algunos de los “padres fundadores” de la comunicología en España emprendieron los que, con el tiempo, se convertirían en sus análisis más radicales y abordaron por primera y única vez el fenómeno de la comunicación alternativa¹.

Tres décadas después, en un contexto mediático hiper-mercantilizado y muy polarizado en lo político, algunos de los tópicos característicos de la Transición han pasado a ocupar un segundo plano en las agendas investigativas de las universidades españolas. De hecho, la comunidad académica de la comunicación se manifiesta estos días mucho más preocupada por las últimas transformaciones tecnológicas –especialmente Internet- o por pesquisas política y económicamente ventajosas -como es el caso de temas relacionados con el marketing político o la investigación publicitaria-, cuando no provechosas a nivel académico² Este proceso no es único del territorio español, sino que está en sintonía con una institucionalidad universitaria que en cambio de siglo se muestra “demasiado rígida como para renovar su estructura e incluir nuevas disciplinas, sobre todo aquellas que no son rentables” (Gumucio-Dagron, 2004).

No obstante, como bien afirma Miquel de Moragas (2007), el estudio y la consideración de los nuevos problemas de la comunicación no nos excusan, en absoluto, de los viejos y tradicionales compromisos de la

¹ Desde la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), un conjunto de profesores -véase, por ejemplo, Moragas (1979, 1988), Moragas y Prado (1988), Prado (1983) o Gubern (1977)- trabajan desde principios de los ochenta en la construcción de conceptos en el ámbito de la teoría de la comunicación alternativa, como el de “meso-comunicación”, “espacio de comunicación”, “comunicación local” o “políticas de comunicación”. También desde Cataluña destaca la publicación de las actas del Simposio de Tarragona (Vidal Beneyto, 1979) y el análisis sobre radios libres de Bassets (1981). Por otro lado, a comienzos de esa misma década, Mar De Fontcuberta y Josep Lluís Gómez-Mompart (1983) editan un interesante volumen de reflexión teórica sobre comunicación alternativa, en base a aportaciones de autores como Baudrillard, Enzensberger o Simpson.

² A esto conviene sumar el influjo del “efecto ANECA” (Soriano, 2008), generador de una investigación en la que se valora fundamentalmente la cantidad y no la calidad.

investigación científica. Es decir, la comunicología, además de un reto epistemológico, debe tener también un desafío ético y político, al que conviene responder tanto con la generación de teoría crítica como con conocimiento práctico orientado a construir una comunicación más justa y humana. Este es precisamente el contexto en el que nos situamos con el ánimo de denunciar la invisibilidad de un tipo de comunicación que a lo largo de décadas se ha mostrado especialmente útil para la construcción de ciudadanía, cultura democrática o mejoras sociales: la comunicación alternativa y para el cambio social.

La percepción de este problema arranca de los hallazgos de nuestras respectivas tesis doctorales³, así como de las conclusiones del Primer Simposio Internacional de Innovación Educativa en el Espacio Europeo y Latinoamericano (Madrid, 2009), en el que se presentó una Encuesta Internacional sobre la Enseñanza Universitaria de las Teorías de la Información y la Comunicación en Europa y América Latina, dirigida por el grupo de investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (MDCS) de la Universidad Complutense de Madrid. Los resultados de este estudio indicaban que, aún en los casos en el que el enfoque predominante de la materia era de carácter crítico, no había referencia alguna a bibliografía o autores relacionados con nuestros respectivos ámbitos de estudio⁴.

En un intento de ampliar las conclusiones de estos trabajos, la investigación que a continuación presentamos tiene como objetivo profundizar en el conocimiento que los docentes de teoría de la comunicación en España tienen del ámbito de la comunicación alternativa y para el desarrollo⁵. A este respecto, procederemos, en primer lugar, a situar algunas nociones preliminares sobre comunicación alternativa y de comunicación para el desarrollo, para abordar, en una segunda fase, el análisis cualitativo de un cuestionario enviado a los docentes de teorías de la comunicación de las universidades públicas españolas. El artículo finaliza delineando sugerencias y líneas de actuación a fin de abordar estas cuestiones en la futura agenda académica de la teoría de la comunicación.

2. Comunicación alternativa y comunicación para el cambio. Conceptualización

¿Qué es la comunicación alternativa? ¿Y la comunicación para el cambio social? ¿Cuáles son sus principales anclajes y fundamentos teórico-prácticos? ¿De qué forma se conectan e interrelacionan ambos conceptos? ¿Cuáles son sus principales diferencias?

El ámbito de la comunicación alternativa agrupa a los diversos modos de discurso presentes en la

³ Relacionadas con la crítica y la denuncia de la invisibilización de las teorías de la comunicación alternativa en general (Sáez Baeza, 2008) y de la teoría latinoamericana de la comunicación para el desarrollo/cambio social en particular (Barranquero, 2009) dentro del campo más amplio de las teorías de la comunicación.

⁴ A una conclusión similar llega el "delphi" en el que Leonarda García (2007, p. 275) intenta esbozar el estado presente y futuro de la teoría de la comunicación española a través de las opiniones de una docena de expertos. Cuando a los mismos se les pregunta por las principales áreas desatendidas en el campo, tan sólo uno apunta la "comunicación y el desarrollo" y otro la "economía política de la comunicación".

⁵ Empleamos aquí la denominación "teoría de la comunicación" por ser la más habitual a la hora de designar asignaturas que tienen como objetivo el aprendizaje/enseñanza de fundamentos, teorías y modelos teóricos de la comunicación. No obstante, a la hora de confeccionar el listado de profesores, se tuvieron en cuenta materias que persiguen un objeto similar, aunque con apelativos distintos: "teorías de la información", "teoría de la comunicación mediática", "fundamentos de la comunicación", etc.

esfera pública que no forman parte de la esfera burguesa -a la que se oponen y de la que a menudo son excluidas-, sino que configuran más bien un espacio “plebeyo” (Habermas, 2002), en el cual se expresan los deseos de todos aquellos sujetos y colectivos que, por razones de clase, etnia o género, entre otras, no son reconocidos como interlocutores válidos en el ámbito dominante.

Rastrear sus orígenes nos lleva a reconocer diversas formas de expresión en Europa, al menos desde el siglo XVII, que indican que la lucha por hacerse ver y oír o por acceder y apropiarse de medios por parte de grupos y colectivos históricamente excluidos no es en absoluto un aspecto periférico de la modernidad. Mientras que en la esfera pública burguesa se manifiestan los intereses del binomio estatal-comercial, la comunicación alternativa, y los circuitos que ella genera para su distribución y reconocimiento, se mueven en el rango de la sociabilidad de base, reductos en los cuales se procura el desarrollo de opiniones independientes de este binomio y de sus intereses (Sáez Baeza, 2008).

Dicho esto, la teoría de la comunicación alternativa es el ámbito de estudio orientado a investigar, teorizar y planear estrategias a partir de este tipo de experiencias comunicativas, incluyendo expresiones en soportes mediáticos diversos -prensa, radio, televisión, Internet- así como en otras vías de expresión cultural: artes plásticas, música, teatro, cómic, etc.

Al establecer una distinción de carácter geográfico, es posible señalar que el campo teórico de la comunicación alternativa se ha emparentado con distintos paradigmas presentes en el ámbito las teorías de la comunicación, entre los principales: la economía política de la comunicación, los estudios culturales o la tradición de la comunicación para el desarrollo.

La economía política “es el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación” (Mosco, 2006, p. 59). Esta perspectiva se caracteriza por haber desarrollado un vasto conocimiento sobre el sistema comunicativo en tanto que “totalidad social”, desde una perspectiva materialista histórica, y con especial atención a los procesos de mercantilización, estructuración y especialización del mundo globalizado y de las estructuras de poder mediático de transnacionales y estados⁶. El campo enfatiza asimismo en la relevancia de la praxis, o unidad entre investigación y acción, y en las luchas de resistencia frente a las desigualdades del sistema con fines de transformación social⁷.

Los Estudios Culturales ingleses, cuya expresión más característica la constituye la Escuela de Birmingham en los años 60, se caracterizan por la elaboración de una teoría de la cultura de corte post-marxista y orientada también a la transformación. El redescubrimiento de obras como las de Antonio Gramsci permitirá a autores como Raymond Williams, Stuart Hall o Jesús Martín Barbero arrojar nuevas luces acerca de la capacidad de resistencia y resignificación de los mensajes por parte de las audiencias o sobre los

⁶ En esta perspectiva destacan los trabajos de la tradición norteamericana -Schiller, Smythe, Mosco, Wasco-, europea -Golding, Murdock, Garnham, Mattelart, Miège- o latinoamericana -Mattelart, Pasquali, Beltrán, Mastrini, Bolaño-.

⁷ Es por ello que muchos economistas políticos de la comunicación se han dedicado, por un lado, a describir y analizar los medios que expresan resistencia social a estos condicionamientos de poder y, por otro, al activismo por la democracia mediática. Tal es el caso de John Downing o Robert Mc. Chesney.

estrechos vínculos existentes entre lo popular, lo culto y lo masivo. De esta manera, los *Cultural Studies* apuestan por una revalorización de las experiencias de la cultura popular desde su carácter dinámico y contradictorio, con especial atención al análisis historiográfico, desde el que aflorará el carácter basal de la comunicación alternativa en la historia de la modernidad⁸.

A pesar de que las diferencias geográficas y epistemológicas han dado pie a diversas conceptualizaciones de comunicación alternativa -medios radicales (Downing, 1984, 2000), populares (Kaplún, 1985), ciudadanos (Rodríguez, 2001), entre otras-, que expresan el “carácter situado” de la generación del conocimiento, su análisis conjunto permite observar que todas estas tradiciones suelen definir su objeto de estudio como una comunicación orientada al cambio social, tanto por sus contenidos -todos aquellos a los que los discursos hegemónicos perciben como amenazas al *status quo*- como por sus estructuras organizativas -participativas, democráticas, transparentes-, procurando así una coherencia entre su discurso y su praxis.

Esto último la conecta estrechamente con el ámbito de la comunicación para el desarrollo, que entiende que la comunicación y el desarrollo son dos esferas de la actividad humana íntimamente relacionadas; es decir, cualquier proyecto transformador conlleva un modo u otro de entender la comunicación; y, a su vez, cada vez que nos comunicamos introducimos innovaciones en el entramado social. De acuerdo a esto, la comunicación para el desarrollo es el saber aplicado que estudia el vínculo histórico, teórico y procedimental entre los procesos comunicativos y la mejora de las condiciones de vida humana. Más específicamente, el campo se orienta al diseño, ejecución y evaluación de estrategias de cambio social en el ámbito individual, social y medioambiental, ya sea con apoyo de una información de carácter instrumental o desde un enfoque eminentemente comunicativo.

Con sus más de cincuenta años de vida, la comunicación para el desarrollo se puede considerar una de las sub-disciplinas más antiguas del campo comunicacional⁹. Sin embargo, su estatuto epistemológico sigue siendo uno de los más controvertidos. Esto es debido a que su origen y finalidad son eminentemente prácticos; es decir, sus inicios no se sitúan en el terreno teórico, sino en la praxis misma tanto de los movimientos sociales como de las primeras instituciones de ayuda al desarrollo. En palabras de Luis Ramiro Beltrán (2005), la comunicación para el desarrollo nació de forma paralela, aunque con promotores, premisas y objetivos diferenciados en dos regiones tan distintas como cercanas entre sí: EE.UU. y Latinoamérica. Este origen está en la base de los dos principales paradigmas en torno a los cuales ha evolucionado el campo hasta el momento presente: el “modernizador” y el “participativo”.

Los primeros programas institucionales que utilizaron la comunicación con el fin de introducir transformaciones –esencialmente económicas- nacieron a finales de los años cuarenta, en el concierto de la

⁸ Williams, por ejemplo, denunció el modo en que en el análisis historiográfico la temprana prensa radical fue aislada de las formas preindustriales de la cultura popular, pasando a ser observada simplemente como precursora de la moderna “prensa popular” comercial y no como un fenómeno comunicativo con valor en sí mismo (Sparks, 1992, p. 74).

⁹ Nos referimos al año de origen apuntado por la historiografía “oficial” de la disciplina, 1958, en que Daniel Lerner publica su “The passing of traditional society: Modernizing the Middle East”.

reconstrucción del mundo después de la Segunda Guerra Mundial, por iniciativa de los primeros organismos de cooperación, empresas y fundaciones privadas (USAID, UNESCO, FAO, UNICEF, Fundación Rockefeller, etc.). Diez años después emergió la primera propuesta teórica en el ámbito universitario (Lerner, 1958). Los valedores de la comunicación “modernizadora” -Wilbur Schramm, Everett Rogers, Daniel Lerner-, muy cuestionada en el terreno académico, aunque aún vigente en la práctica -en forma de *marketing* social o de programas de difusión de innovaciones-, partían de la premisa de que las culturas de los países y grupos sociales más deprimidos del planeta tendían a imponer barreras a la introducción de innovaciones políticas, económicas o tecnológicas. Para superar estas limitaciones, proponían el uso de modernas técnicas de persuasión a fin de que estas culturas –definidas como “atrasadas”, “supersticiosas” o “premodernas”- adoptasen, en un proceso imitativo, la mentalidad de las más “desarrolladas” (Lerner, 1958). Se trataba, en última instancia, de un enfoque exógeno, universalista y desconocedor de la historia y la realidad local de cada contexto, que años después de su puesta en marcha revelaría múltiples insuficiencias.

Al tiempo que desde finales de los cuarenta se extendían por el mundo los primeros programas de desarrollo, en Latinoamérica surgió una forma radicalmente diferente de entender la comunicación para el desarrollo. El germen de esta nueva perspectiva provino de una extensa variedad de experiencias populares (indígenas, feministas, campesinas, urbanas, etc.) dispersas por todo el continente, que comenzaron a emplear la comunicación a fin de promover la autonomía y el empoderamiento de grupos en situación de dependencia. Así, de forma espontánea, autodidacta y con mayor o menor creatividad (Beltrán, 2005), colectivos de diversa índole -como los sindicatos mineros bolivianos o las comunidades eclesiales de base en Brasil- aprovecharon el potencial emancipador de los medios con el objeto de construir discursos más acordes con las necesidades y aspiraciones de las comunidades, y, en buena medida, contrarios a la cultura dominante de las elites en el poder (Barranquero, 2009).

Una década más tarde, ya desde la década de los sesenta, autores como Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Paulo Freire o Mario Kaplún ayudaron a sistematizar estas primeras experiencias al tiempo que emprendieron una feroz crítica al carácter vertical, economicista y etnocéntrico los programas “extensionistas” que por entonces dominaban el continente. Esto va a marcar el surgimiento del paradigma “participativo”, que sitúa a la comunidad en el punto de partida del proceso y que concibe la comunicación de forma participativa y horizontal a fin de estimular la “concientización” (Freire, 2002) del pueblo como paso previo a una mejora sustancial de la calidad de vida en todos los ámbitos, no sólo el económico.

Desde entonces, los debates en torno a qué modelo –modernizador o participativo- conviene aplicar en cada contexto han sido frecuentes. Pero desde finales de los noventa del siglo pasado, la disciplina, que en los últimos años apuntaba a síntomas de agotamiento, parece haberse reactivado con fuerza, a partir de unas cruciales reuniones (Bellagio, 1997; Cape Town, 1998) en las que algunos de los promotores más relevantes del antiguo concepto de la “comunicación para el desarrollo” acordaron promover una nueva definición y orientación para el ámbito: la de la “comunicación para el cambio social”. El objetivo era, en buena

medida, acabar con la noción post-colonial y economicista de “desarrollo”, al tiempo que se definía un programa común para el nuevo siglo, basado en una visión dialógica y participativa, y en un cambio asentado en dinámicas comunitarias¹⁰.

Desde entonces, la nueva propuesta ha contribuido a aunar voluntades y a asentar el estatuto epistemológico de la disciplina. Buena muestra de ello es la publicación de las primeras antologías y *readers* (Gumucio-Dagron, 2001; Gumucio-Dagron y Tufte, 2006), o la multiplicación de programas de formación universitaria y eventos profesionales y académicos, como la Red de Universidades de Comunicación para el Cambio (Los Baños, Filipinas, 2005), o la celebración del I Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo (Roma, Italia, 2006).

La multiplicación de experiencias y la renovación del arsenal teórico puede ser asimismo interpretada a partir de la eclosión sin precedentes de tecnologías potencialmente participativas como Internet, así como de movimientos globales de democratización y justicia, como el Foro Social Mundial. Así, en los últimos años asistimos al nacimiento y consolidación de un buen número de redes mundiales de medio-activistas comprometidos con el cambio social, entre ellas: La Iniciativa de la Comunicación (*The Communication Initiative Network*), la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (*World Association for Christian Communication-WACC*), NUESTROSMedios (*OURMedia*), o el Consorcio de la Comunicación para el Cambio Social (*Communication for Social Change Consortium-CFSC*).

3. Relaciones de continuidad entre los ámbitos

Pese a que no conviene asimilar directamente la noción de “comunicación alternativa” a la de la “comunicación para el desarrollo” -puesto que constituyen tradiciones de estudio muchas veces autónomas y porque incurriríamos en una fusión conceptual poco conveniente para la implementación de ambos campos-, podemos señalar que las dos disciplinas comparten un programa común y algunas similitudes teóricas, metodológicas y prácticas, siempre que la “comunicación para el cambio social” se conciba de forma participativa (y no “modernizadora”), a saber:

i. La orientación crítica y el compromiso con una praxis transformadora. Ambos campos conducen hasta sus últimas consecuencias el programa que la Escuela de Frankfurt (Horkheimer, 2003) no llegó a aplicar en toda su extensión: la ruptura de la falsa dicotomía sujeto/objeto en ciencias sociales; la evaluación constante del contexto de producción de la ciencia y sus condicionantes ideológicos y subjetivos; el carácter histórico, dialéctico y dinámico de la investigación; la vinculación teoría y praxis; el pensamiento “negativo” y el cuestionamiento de los procesos de producción y reproducción social; o la esencia normativa y ética de toda

¹⁰ De acuerdo a los primeros lineamientos institucionales de este concepto, la comunicación para el cambio social se entiende como “un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y como pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas” (The Rockefeller Foundation, 1999).

investigación social. El punto de vista se sitúa entonces entre el “ser” y el “deber ser” de la comunicación; o lo que es lo mismo, entre el terreno de lo estrictamente observable y el de la utopía hacia la cual avanzar para construir un mundo más justo.

ii. Metodologías participativas y localizadas. Ambas disciplinas parten de la premisa de que es imposible definir modelos universalistas o aplicables a todos los contextos desde una instancia externa –una agencia de cooperación, una vanguardia social-. Así, la metodología se define en comunidad y el comunicador se convierte en mero facilitador de procesos, o, lo que es lo mismo, un agente capaz de descubrir y articular el potencial participativo que reside en cada comunidad. Por otro lado, el investigador externo deja de ser neutro y se involucra en el proceso de co-aprendizaje y co-desarrollo con la comunidad objeto/sujeto de estudio. Esto supone una ruptura con la jerarquía investigativa -investigador-investigado- y un cuestionamiento de la supuesta neutralidad de las ciencias. De ahí que la investigación participativa sea “intencionalmente ideológica; es la investigación del compromiso. No es sólo investigación con el pueblo –es la investigación del pueblo-” (Servaes, 1999: 119). El carácter participativo y práctico de las metodologías de investigación en ambos campos busca que los propios colectivos “investigados” participen en la recreación y construcción conjunta de su propio conocimiento, al tiempo que se distribuye de modo más horizontal el poder-saber (Foucault) en las comunidades, convirtiéndose, en síntesis, en colectivos socialmente movilizados. Otra de las metas metodológicas de ambos campos es la de recuperar e incorporar el conocimiento de las culturas populares al análisis hegemónico de intelectuales e investigadores externos¹¹. Por último, la metodología participativa tiene como objetivo final el cambio social, desde el momento en que asume la máxima marxiana de que “los filósofos no han hecho más que interpretar de diversos modos el mundo, pero de lo que se trata es de transformarlo” (Marx y Engels, 1973, p. 10).

iii. Interdisciplinariedad, hibridación teórica y perspectiva cultural. Ambas perspectivas tienden a romper con la rigidez y la compartimentación propia de las ciencias sociales. Por tanto, en ellas se hacen difusos los límites entre lo cualitativo y lo cuantitativo, lo “administrativo” y lo “crítico”, lo analítico y lo aplicado, o lo estrictamente empírico y el ensayismo. En las dos se mezclan perspectivas teóricas de cuño muy diverso: (post) estructuralismo, (post) marxismo, semiótica, Estudios Culturales, post-modernismo, etc. Esta tendencia a la interdisciplinariedad, la transversalidad y la mezcla se ha enfatizado aún más en los últimos años, con la incorporación de investigadores de diversas disciplinas: antropología, sociología, economía, ciencias políticas, humanísticas, etc. Por otra parte, en ambas perspectivas la comunicación es observada más allá de la mirada

¹¹ Según Freire (2002), el pueblo posee un conocimiento práctico, vital y empírico que le ha permitido sobrevivir, interpretar y trabajar por siglos, un conocimiento que posee su propia racionalidad y estructura de causalidad, alejado del proceder positivista. Asimismo, en el lenguaje, el sentido común o las creencias reside una filosofía espontánea, aunque dispersa, de enorme interés para articular transformaciones en la práctica diaria. La metodología participativa apuesta por revalorizar este saber autónomo frente a un conocimiento científico centralizado, poseído y manejado por las élites. Es por ello que una de las funciones del comunicador-educador debe de ser ayudar a decodificar la conciencia tácita de las comunidades.

hegemónica “informativa” o estrictamente periodística; es decir, como un proceso amplio orientado, no a la generación de productos –una campaña, un *spot* publicitario-, sino a que las comunidades se re-conozcan y se asuman, a largo plazo, como parte de proyectos de transformación estructural más allá de los marcos de interpretación hegemónicos que proyectan los medios convencionales. Emparentadas con los *Cultural Studies*, la comunicación alternativa y la comunicación/desarrollo son pensadas desde el marco de la cultura, las “mediaciones” y la hibridación con lo hegemónico, lo popular o lo masivo (Martín Barbero, 1987).

iv. La crítica a los modelos comunicativos imperantes. Otra de las señas de identidad de ambas disciplinas es el planteamiento de una crítica epistemológica profunda al modelo comunicativo imperante tanto en la academia, como en los medios de comunicación convencionales o en organizaciones comprometidas con el desarrollo –agencias de cooperación, movimientos sociales, asociaciones, etc.-, esencialmente vertical, persuasivo y conservador. Frente a la compartimentación excesiva de los agentes del proceso comunicativo –emisor activo frente a receptor pasivo- y a un *feedback* orientado esencialmente al control y reajuste del impacto de los estímulos emitidos por el emisor, este tipo de comunicación privilegia una distinción entre “información” -acto unidireccional orientado a la transmisión de datos e ideas de los que supuestamente saben y/o controlan el poder informativo a los que “saben menos” y que generalmente ostentan menos poder, una información que, en último término, conduce a la reproducción social del *status quo*- y “comunicación” -proceso de relación entre dos o más sujetos, en el que, por medio de la participación equilibrada de un número representativo de actores, se construye, a largo plazo, conocimiento, cultura y cambio social-. De esta manera, el foco se pone en la noción de participación, eje para reequilibrar el poder y el saber entre los diferentes miembros de la sociedad y noción básica para la democratización de la esfera pública y la política.

4. La invisibilización académica de la comunicación alternativa y de la comunicación para el cambio social

De todo lo anterior se derivan dos corolarios que caracterizan tanto a la comunicación alternativa como a la comunicación para el desarrollo en su vertiente participativa:

- i. Por fomentar un tipo de comunicación abiertamente comprometida con las transformaciones sociales, ambos ámbitos constituyen un espacio para el desarrollo del activismo social y la construcción de (nuevos) movimientos sociales orientados a la difusión de flujos simbólicos alternativos a la cultura dominante.
- ii. Producto de su carácter comprometido y cuestionador del *status quo*, ambas constituyen un fenómeno social constantemente invisibilizado, tanto por los sectores poderosos dentro de la sociedad como por sus instituciones representativas¹².

¹² Esto explica, por ejemplo, las dificultades legales y económicas a la hora de construir un “tercer sector de la comunicación”, ajeno al binomio gubernamental–comercial que se pueden apreciar en el caso español (Sáez Baeza, 2008) y con diversos ejemplos a

Pero la comunicación alternativa y para el desarrollo no sólo han permanecido invisibilizadas como parte de la esfera pública, sino también como objeto teórico, puesto que “los medios alternativos y radicales difícilmente aparecen en las tradiciones teóricas dominantes de la investigación sobre medios” (Atton, 2002, p. 7). A pesar de que el rastreo bibliográfico para la fundamentación teórica nos puede llevar hasta Bajtin y sus análisis de las expresiones carnales de la cultura popular (Downing, 2001) o hasta Bertold Brecht, que propugnaba un uso emancipador de la radio (Gumucio-Dagron y Tufte, 2008), la reflexión sobre la comunicación alternativa y para el cambio social se ha constituido como un ámbito “menor” de la enseñanza de las teorías de la comunicación, en correspondencia con la concepción de una esfera pública compuesta únicamente por comunicaciones públicas-estatales y privado-comerciales.

Por ende, al privilegiar como tema de investigación a los grandes medios, la opción teórica y metodológica ha sido la división de la comunicación en un modelo simple y estandarizado que deriva directamente de la retórica aristotélica, readaptada siglos más tarde por Harold Lasswell (Nixon, 1963) en las categorías de “emisor-mensaje-receptor”, de lo que derivan investigaciones y producciones teóricas que intentan explicar la influencia del sistema de medios masivos desde alguna de estas perspectivas¹³. Sin embargo, el proceso ocurrido en el camino es que aquella diferenciación originalmente analítica se ha naturalizado, sin cuestionar sus implicancias epistemológicas, en el sentido de delimitar artificialmente el campo de investigación de la comunicación de masas, y de volver invisible la comunicación alternativa y la comunicación para el cambio social como objeto y como ámbito de discusión dentro de las teorías de la comunicación¹⁴.

De hecho, si observamos cualquiera de los principales compendios metateóricos que ordenan la teoría de la comunicación, ya hayan sido escritos por autores españoles o traducidos al español (De Fleur y Ball-Rockeach, 1993; Moragas, 1982; McQuail, 2000; Rodrigo Alsina, 2001; Wolf, 1991), observaremos que pocos o casi ninguno dedican siquiera unas páginas al abordaje de estas cuestiones. Otra derivación es que los programas docentes o el propio corpus teórico y práctico de la disciplina, están circunscritos, en general, a un número limitado de autores y textos “canónicos”, la mayor parte de ellos de corte “occidental” -Lasswell, Schramm, Berlo, Adorno, Williams, etc.- y limitado a las escuelas teóricas tradicionales –funcionalista, crítica-, un hecho que limita su apertura radical a otras geografías y perspectivas de estudio. Esto viene siendo así desde que Paul Lazarsfeld (1941) distinguiese entre investigación estadounidense “administrada” y europea -

nivel internacional. Esto es patente en el futuro Proyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual que actualmente se discute en el Senado, en el que se desatiende la Resolución del Parlamento Europeo (2008) o declaraciones de Naciones Unidas que propugnan una atención diferenciada para la función social del “tercer sector” de la comunicación, obligando a los medios comunitarios a concurrir como uno más al mercado de licencias, sin preferencias pero con limitaciones de financiación.

¹³ Se entiende, de esta manera, la fuerza adquirida históricamente por las corrientes de investigación sobre usos, efectos y recepción; o la investigación sobre la construcción de la información y las noticias desde estos grandes medios.

¹⁴ A diferencia del sistema oficial de medios, las experiencias de comunicación alternativa y de la comunicación para el cambio social son objetos de estudio “indisciplinados”, cuyas expresiones se han caracterizado históricamente por su carácter inconstante, difuso y en ocasiones efímero: si se los mira con el mismo foco de análisis que los medios tradicionales no se podrá decir mucho de ellos y su influencia será denostada. Por esto mismo, es necesario también aplicar sobre estos objetos una mirada histórica de largo plazo, pues su existencia es mucho más antigua y compleja de lo que parece a primera vista, al punto que su persistencia histórica y geográfica pone en evidencia su influencia en la vida social como expresión de las luchas por el cambio social.

o “crítica”, en palabras de Horkheimer (2003)-, una clasificación que es adoptada de manera muy poco reflexiva por los principales compendios que sistematizan la disciplina.

Dicho en otras palabras, la historiografía tradicional de la teoría de la comunicación ha tendido a adoptar una visión occidental y limitada del campo, al relatar sus orígenes y principales hitos históricos como una contribución esencialmente estadounidense y europea, con aportaciones o “subsidiarias” de otras regiones -Latinoamérica, Asia y África-, consideradas, de menor valor, cuando no meras disputas “ideológicas” o “políticas” y, por consiguiente, acientíficas.

Esto ha incidido, por ejemplo, en escasa presencia de teorías de la comunicación para el desarrollo de origen latinoamericano dentro de la teoría “oficial” sobre la comunicación. Pero además nos atrevemos a insinuar que, en el caso de la teoría de la comunicación alternativa de origen “occidental”, lo que también ha existido es una invisibilización de los propios sectores contra-hegemónicos “internos” en los respectivos centros de poder.

Esta situación no es ajena a la realidad española, donde tanto la comunicación alternativa como la comunicación para el desarrollo/cambio social siguen teniendo una proyección muy limitada en el ámbito universitario. En primer lugar, su presencia es precaria tanto en los programas académicos de las antiguas licenciaturas como en las nuevas currícula de los grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad. Y en el caso de existir alguna materia dedicada a estas cuestiones, se trata siempre de un área circunscrita a los estudios de periodismo y no al resto de titulaciones. Algo diferente es la situación de los post-gradados y cursos de especialización, en la que se observan ciertos avances en los últimos años¹⁵. Lo más significativo es tal vez el aumento de grupos de investigación o iniciativas críticas desde la década de los noventa, con núcleos en la Universidad de Sevilla, la Universidad Complutense de Madrid o la Autónoma de Barcelona, entre otras¹⁶. Empero, no existe aún ninguna revista académica dedicada a la problemática¹⁷, y son escasos los compendios bibliográficos que abordan de forma sistemática estas cuestiones.

¹⁵ En la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla se desarrolló durante algunos años un Master en “Comunicación y Desarrollo”, así como el Experto Universitario en “Comunicación y Desarrollo Local”, programas pioneros en el Estado español. Otras iniciativas destacadas fueron el Postgrado en “Comunicación para el Desarrollo”, del Instituto de Educación Continua-IDEC de la Universidad Pompeu Fabra; la orientación al cambio social del Programa Modular en Tecnologías Digitales y Sociedad del Conocimiento, de la Universidad Nacional de Educación a Distancia; o el Curso de Postgrado de la Universidad Autónoma de Barcelona-UAB “La Comunicación de los Conflictos en la Paz”. Recientemente, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid se ha venido desarrollando con buena acogida el Programa de Doctorado Interdepartamental “Comunicación, Cambio Social y Desarrollo”; así como el “Master en Comunicación Social”, con especialidad en “Comunicación, Desarrollo y Cambio Social”. Por otro lado, desde la Universidad Autónoma de Barcelona-UAB se viene apostando por la comunicación para el desarrollo en el Master Europeo de Intermediación Mediterránea-MIM y en la Diplomatura de Posgrado en Comunicación, Cooperación Internacional y Mediación Sociocultural en el Mediterráneo, promovido por el Observatorio Mediterráneo de la Comunicación-OMEC.

¹⁶ Sin ánimo de ser exhaustivos, podemos destacar el Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social-ComPolíticas, de la Universidad de Sevilla; los trabajos de investigación y sensibilización del Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional-Hegoa, de la Universidad del País Vasco; o algunas iniciativas del Instituto de la Comunicación de la Autónoma de Barcelona-INCOM-UAB.

¹⁷ A este respecto el único *journal* dirigido al análisis de estas cuestiones es *Redes.Com* o *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, promovida por el Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS).

5. Resultados del estudio

Seguidamente se presentan los resultados de un pequeño estudio exploratorio acerca del conocimiento, percepción y destrezas en comunicación alternativa y para el desarrollo del profesorado universitario español en teoría de la comunicación. La metodología empleada consiste en una breve entrevista cualitativa compuesta de dos preguntas abiertas y no direccionales, remitida por correo electrónico a un centenar de profesores de las universidades públicas (ver anexo).

La estrategia consistió en observar, valorar y comparar similitudes y diferencias cualitativas significativas en la percepción del objeto de estudio. Para ello se formularon dos preguntas generales. La primera intentaba evaluar qué entiende el profesorado por la noción de comunicación alternativa. En segundo lugar, se demandaba si en la programación de la materia se abordan las distintas perspectivas y teorías que comprende el ámbito. En caso de que la respuesta fuese afirmativa, se solicitaba además señalar los modelos y autores de referencia, así como la ubicación de estas cuestiones en el programa académico. En caso de que fuese negativa se pedía indicar los motivos para excluir estos contenidos del currículo.

Teniendo en cuenta ciertas pautas para la correcta accesibilidad y usabilidad de los cuestionarios *online*, y las dificultades habituales para la recopilación de una muestra considerable de respuestas, se envió el mismo formulario en dos rondas sucesivas, con un margen de dos semanas, los días 6 y 20 de noviembre de 2009. Finalmente se consiguió reunir un total de veinte respuestas, lo que a nuestro entender supone un número bajo de retorno, aunque suficientemente significativo para obtener una primera valoración acerca del conocimiento del objeto y su tratamiento en el currículo¹⁸. A continuación se detallan los primeros resultados derivados de esta fase exploratoria de estudio¹⁹:

Respecto de la definición de comunicación alternativa que manejan los docentes, las respuestas pueden catalogarse de la siguiente manera:

Definición de Comunicación Alternativa	N (20)
Canales, circuitos e instituciones no tradicionales del sistema de com. de masas	4
Medios ni públicos ni privados (3ºsector)	2
Comunicación de los márgenes	2
Comunicación transformadora	2
No conoce el concepto	2
Comunicación precaria y no lucrativa	1
Comunicación para el desarrollo	1
Com. comunitaria, participativa, democrática	1
Com. de las redes sociales	1
No responde	4

La mitad (10) reconoce incorporar esta temática en sus cursos y el resto (10) reconoce no recogerla. Las

¹⁸ De estos veinte cuestionarios, uno se consideró no válido, ya que no respondía a las preguntas planteadas sino que invitaba a revisar la página *web* del entrevistado.

¹⁹ La mayoría de las respuestas corresponde a profesores de las autonomías de Madrid (9) y Andalucía (4). El cuestionario fue completado por igual número de hombres (10) y mujeres (10).

razones de la mitad que no la integran son las siguientes (a veces más de una razón por respuesta):

Razones para no incorporar la comunicación alternativa en los programas (respuestas múltiples)	N
Falta de tiempo	5
Enfoque del curso	5
Falta de conocimiento del tema	2
No responde	2

La mitad que integra estos temas lo hace en apartados diversos, aunque podría establecerse una diferencia entre quienes los presentan como parte de contenidos teóricos críticos (las 3 primeras filas) y quienes lo hacen en contextos más neutrales y descriptivos (las 5 filas restantes):

Parte del programa en que se incorpora la comunicación alternativa (respuestas múltiples)	N
Teoría Crítica	3
Discursos hegemónicos/contrahegemónicos	2
Crítica al determinismo tecnológico	1
Estructura de la comunicación social	1
Información y Desarrollo	1
Historia de la Comunicación	1
Prácticas de comunicación alternativa (documentales)	1
Comunicación Audiovisual en Iberoamérica	1

Por último, entre el grupo de los profesores que incorporan la materia, las referencias teóricas también son variadas, tanto en paradigmas como en autores. No obstante, es posible establecer la siguiente categorización:

Paradigmas y autores utilizados (respuestas múltiples)	N
Economía Política (Schiller, McChesney, McBride, Mattelart)	3
Teoría Crítica Latinoamericana (Beltrán, Simpson, Prieto Castillo, Kaplún , Alfaro, Pasqualli, Martín-Barbero)	3
Teóricos del discurso y/o el lenguaje (Garfinkel, Chomsky, Van Dijk)	3
Postmodernos (Baudrillard, Lyotard)	1
No responde	1

6. Discusión de los resultados

Una primera señal de alerta que arrojan los resultados es el escaso interés del profesorado universitario por la

temática de la comunicación alternativa, lo que de alguna manera viene a confirmar lo planteado en líneas anteriores acerca de su falta de visibilidad en la agenda teórica sobre la comunicación. Alienta, no obstante, la disposición de varios de los profesores y las profesoras a seguir aprendiendo y profundizando en el futuro en estas cuestiones.

Con respecto a las definiciones que se manejan, la mayoría de ellas se adecua a la planteada en la fundamentación teórica de este trabajo, derivada de los principales compendios meta-teóricos que ordenan el campo (Gumucio y Tufte, 2007; Rodríguez, 2001; Downing, 2000; etc.). De manera explícita, consideramos únicamente errónea aquella conceptualización que identifica alternatividad con precariedad, puesto que pierde de vista los factores de carácter estructural (principalmente legislativos y derivados de condiciones institucionales) que dificultan la labor de los medios comunitarios y que explican sus dificultades económicas como una consecuencia más que como un atributo deseado.

Por otro lado, la relevancia del factor “falta de tiempo” como una de las razones principales para no integrar esta materia en los cursos, abre, desde nuestro punto de vista, dos vías posibles de salida: su incorporación de manera transversal dentro de otras perspectivas más amplias -lo que ocurre en los casos de los encuestados que ya la han incluido-, o plantearla como un contenido específico, lo que merecería un curso por separado o un módulo específico dentro del programa.

El “enfoque del curso” como un factor que explica la ausencia de la comunicación alternativa dentro de los contenidos, agrupa argumentos diversos. Uno de los que innegablemente más llaman la atención es el referido a la perspectiva “profesionalizante” que se otorga a la materia de “teoría de la comunicación”, según la cual es conveniente enseñar a los estudiantes el funcionamiento del sistema tradicional de medios (gubernamentales o comerciales) dado que es en ellos donde se van a insertar profesionalmente en el futuro. Si bien esta referencia sólo aparece en uno de los cuestionarios completados -antes como una crítica que como una defensa-, esto nos plantea la pregunta acerca de la “imposibilidad epistemológica” de introducir estas cuestiones en la medida que, por un lado, el enfoque de toda la enseñanza universitaria de la comunicación está orientada a la profesionalización, y, por otro, que la comunicación alternativa en general se plantea precisamente hacia la ruptura del paradigma clásico de emisor-receptor y apuesta por un receptor convertido en emisor como el grado máximo de la audiencia activa, difuminando así la distinción entre autodidacta y profesional (Mattelart, 1982; Atton, 2002). De esta manera, la legitimidad de este fenómeno social como digno de teorización requeriría asimismo de una serie de transformaciones que exceden a las voluntades e intereses de unos cuantos docentes. Sin embargo, la realidad parece ir más rápido que la reflexión puesto que, ante la precarización que han de enfrentar los estudiantes de comunicación una vez acaban sus estudios, existe entre ellos un número cada vez mayor que está considerando y valorando el trabajo en medios de comunicación alternativos (comunitarios, no lucrativos, etc.) como salida laboral, incluso de mejor calidad no sólo en términos económicos sino también de realización vocacional²⁰.

²⁰ Como señala la Coordinadora General de la Red de Medios Comunitarios-ReMC, “era mentira que te tuvieras que callar cosas.

Otra entrada a la “imposibilidad epistemológica” tiene que ver el cuestionamiento del carácter “científico” de una teorización de la comunicación que adopta un compromiso abierto con la transformación social y que no separa la relación entre teoría y praxis. Al respecto, somos partidarios de quienes, como Thompson (1981), conciben la experiencia como base de toda reflexión teórica y acusan de miserable al conocimiento que no emana de la realidad concreta y compleja. En este sentido, consideramos que tanto el campo de la comunicación alternativa como el de la comunicación para el cambio social logran saldar esta crítica dado que su vinculación con la realidad concreta no es simplificadora ni reduccionista, al adentrarse en la complejidad de lo social para intentar descubrir el sustrato participativo que reside en cada grupo humano y estimular desde ahí propuestas concretas de desarrollo co-participado.

7. Alternativas y propuestas

La construcción del Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES), conocida como la convergencia de Bolonia, está reformulando el campo de los estudios de comunicación hacia el desarrollo de destrezas y aptitudes técnicas, lo cual implica el necesario acomodo de los cursos de teoría/s de la comunicación, “no ya para adaptarse a la convergencia europea, sino incluso para sobrevivir en un contexto tecnicista y con grandes déficits teóricos, adaptación que debe llevarse a cabo sin renunciar a su propia esencia humanística y de pensamiento social” (García Jiménez y García Avilés, 2009).

Desde el punto de vista de nuestros hallazgos, uno de los comentarios aparecidos en los cuestionarios era que Bolonia estaba reduciendo el tiempo dedicado a los cursos teóricos en las carreras de comunicación, en un doble sentido: menos cursos y cada vez más breves. Por ende, esto estaba incidiendo en la falta de tiempo para dedicar a la comunicación alternativa y comunicación para el cambio social dentro de las materias de teorías de la comunicación.

Mencionadas estas condiciones estructurales de la institución universitaria española y europea, pensamos que la visibilización de estos campos teóricos -y de las realidades comunicativas a las cuales remiten- debe articularse en una estrategia con varios frentes simultáneos: por un lado, es precisa su referencia dentro del campo general de las teorías de la comunicación ya sea como un contenido específico dentro del mapa teórico general o como un campo que daría por sí mismo para diseñar paralelamente un curso sobre comunicación desde una vertiente contra-hegemónica “en acto”; por otro lado, hay una serie de temas del currículo dentro de las cuales ambas disciplinas podrían considerarse contenidos transversales. De esta última forma, la referencia dentro del marco teórico general podría ser integrada de distintas maneras:

La economía política de la comunicación muestra, por ejemplo, el modo en que la situación de precariedad y marginalidad que sufren los medios de comunicación que se apartan del binomio “estatal-comercial” no es un atributo intrínseco a su alternatividad, sino que es consecuencia de un marco político,

Era mentira que todos los medios te explotaran. Era mentira que tuvieras que tragar para luego tener un sueldo decente. Todas esas cosas son mentira en los medios comunitarios, pero estos no se enseñan como salida laboral, cuando realmente lo es” (Meda, 2009).

económico y jurídico concreto. Una serie de ejercicios de poder se encuentran a la base de su invisibilización y en ese marco, contamos con estudios de economía política que han trabajado específicamente este tema (Mattelart y Piemme, 1981; Downing, 2000).

Los estudios culturales ingleses, por su parte, al poner el foco sobre las resignificaciones que realizan las audiencias y sobre el tránsito entre lo masivo y lo popular, constituyen otro marco desde el cual abordar la comunicación alternativa y para el cambio social, con autores dedicados de manera especializada a la reflexión respectiva (Atton, 2002).

Por su parte, la teoría latinoamericana de la comunicación se caracteriza por su crítica a la condición de subalternidad otorgada por determinadas “geo-políticas del conocimiento” a su propio aporte teórico, razón por la cual no es casual que desde este continente se hayan producido numerosos aportes a la teoría de la comunicación alternativa y para el cambio social (Beltrán, 2008). Por lo mismo, es posible que la dificultad por introducir esta temática y estos autores en el campo de las teorías de la comunicación revista incluso una doble dificultad.

Por otro lado, como parte de lo que hemos denominado un “curso sobre comunicación en una vertiente contra-hegemónica”, nos parece que la reflexión teórica sobre la comunicación alternativa y para el cambio social podría contribuir al debate más amplio sobre el “tercer sector de la comunicación” al cual diera fundamentación teórica. El tercer sector de la comunicación es también un concepto reciente y aún en construcción, pero heredero de distintas conceptualizaciones signadas desde las ideas de alternatividad y cambio social (Sáez Baeza, 2008). Para efectos de este artículo, entendemos el tercer sector de la comunicación como aquel formado por:

- a) Actores privados que tienen una finalidad social.
- b) Gestión de organizaciones sociales de diverso cuño.
- c) Orientación a satisfacer las necesidades de comunicación y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de las personas integrantes de comunidades determinadas, sean éstas territoriales, etnolingüísticas o de intereses, ante las cuales son responsables.
- d) Abiertos a la participación lo más amplia posible respecto a la propiedad del medio y el acceso a la emisión, así como a las diversas decisiones de programación, administración, operación, financiamiento y evaluación.
- e) Sin fines de lucro (ReMC, 2009)²¹.

Ahora bien, con respecto a los enfoques desde los cuales se puede trabajar de manera transversal determinadas perspectivas o conceptos, se nos ocurre dejar planteadas otras dos propuestas:

²¹ Esta definición de la Red de Medios Comunitarios que existe a nivel del territorio español está basada en el documento “Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria” (AMARC, 2008) y en la Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre los medios del tercer sector de la comunicación (TSC) (2008/2011(INI)).

- Esfera pública (realmente existente): el abordaje teórico de la esfera pública o de la opinión pública realmente existente exige una referencia a la coexistencia de dos esferas (la oficial y la alternativa). Un análisis de este tipo permitiría desarrollar un conocimiento de la esfera pública más ajustado a la complejidad de la realidad histórica; esto es, con fuerzas e intereses moviéndose en todas direcciones, a veces incluso de manera contradictoria.
- Audiencias: el grado máximo de la audiencia activa es su transformación en emisor. Al respecto, consideramos que todas las experiencias de comunicación que se amparan los conceptos de alternatividad y cambio social se ajustan a esta noción de la audiencia y dan juego para explorar las diversas formas en las cuales los receptores pueden ser parte activa del proceso comunicativo, ya no sólo en la resignificación de los mensajes, sino en la generación de los mismos. Este acercamiento entronca también con la tradición de la educación/comunicación, en su vertiente progresista, conocida a veces también como edu-comunicación (García Matilla, Huergo).

A modo de cierre, ofrecemos a continuación un pequeño mapa de autores y libros de referencia sobre comunicación alternativa y comunicación para el cambio social, con el objeto de favorecer a los docentes de teoría de la comunicación un primer acercamiento al ámbito. No se trata en absoluto de una cartografía exhaustiva ni suficiente, pero puede ayudar a modo de guía a fin de incorporar estas temáticas en la currícula futura de la asignatura.

Nuestra propuesta bibliográfica en el campo de la comunicación alternativa es la siguiente:

Atton, C. (2002): *Alternative Media*. London: Sage. Es uno de los textos que marca la renovación del debate de la comunicación alternativa en el ámbito anglosajón, retomando antiguas discusiones, tanto conceptuales como prácticas, con respecto al desarrollo de los medios comunitarios.

Berardi, F.; Jacquemet, M. y Vitali, G. (2004): *Telestreet: máquina imaginativa no homologada*. Barcelona: El Viejo Topo. Un texto que retoma la reflexión sobre los medios alternativos desde el punto de vista de la tradición situacionista europea. Sugerente en sus observaciones sobre el momento tecnológico y cultural contemporáneo.

Downing, J. (1984): *Radical media: the political experience of alternative communication*. Boston: South End Press. Un libro clásico realizado desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y con un importante aporte a la comprensión del fenómeno como corriente subterránea permanente en la historia de Estados Unidos. Un segundo volumen, ampliado y actualizado, salió a la luz en 2001: *Radical Media: rebellious communication and social movements*. California: Thousand Oaks.

García-Canclini, N. (1989): *Las culturas populares y el capitalismo*. México: Nueva Imagen. Este libro es crucial por su aporte conceptual a la concepción de la comunicación alternativa como expresión de la cultura popular al interior de una teoría materialista no reduccionista de la cultura.

Halleck, D. (2002): *Hand-held visions. The impossible possibilities of the community media*. Nueva York: Fordham Press. Texto clave para entender la trayectoria de la comunicación audiovisual alternativa en Estados Unidos, en el contexto institucional de los canales de acceso público.

Reyes Matta, F. (ed.) (1983): *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: ILET. Volumen clásico del aporte teórico latinoamericano a la reflexión teórica sobre la comunicación alternativa, con contribución de autores provenientes de distintos países del continente.

Rodríguez, C. (2001): *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. Cresskill, NJ: Hampton Press. Uno de los textos que en el ámbito anglosajón ha reintroducido y popularizado la reflexión sobre la comunicación alternativa, partiendo del concepto de medios ciudadanos.

Simpson Grinberg, M. (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Otro volumen clásico de la contribución latinoamericana a la reflexión sobre comunicación alternativa.

Vidal Beneyto, J. (Ed.) (1979): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Texto clave para entender el aporte teórico europeo a la reflexión teórica sobre el ámbito, con participación de autores provenientes de distintos países y publicado en el contexto de la Transición española.

Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (2004): *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Continente. Un texto que marca la renovación a nivel latinoamericano de la reflexión sobre la comunicación alternativa, trazando un puente con la reflexión continental generada en los 80s y con la renovación de experiencias que determina el contexto de las nuevas tecnologías.

En el caso de la comunicación para el desarrollo/cambio social, también cabría destacar una decena de textos fundamentales:

Alfaro, R. M. (1993): *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Calandria. Basado en la experiencia del colectivo peruano Calandria, el libro supone una renovación del campo con la asistencia de los estudios

culturales y entendiendo el papel neurálgico de la comunicación en la construcción de identidades y autonomía individual y colectiva.

Cimadevilla, G. (2004): *Dominios. Crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*. Buenos Aires: Prometeo. Sugestivo libro que plantea una detallada crítica al modelo de razón productivista e intervencionista que subyace en las concepciones de desarrollo de las agencias, así como una revisión de los paradigmas críticos desde la noción de sostenibilidad.

Freire, P. (2002): *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI. El volumen que, para muchos, marca el giro participativo definitivo en los estudios de comunicación para el cambio social. En él aparecen planteadas las reflexiones medulares del pedagogo brasileño en torno al papel de una comunicación/educación dialógicas para la concientización y la transformación social.

Gumucio-Dagron, A. (2001): *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Nueva York, NJ: The Rockefeller Foundation. Un recorrido por cincuenta experiencias en comunicación participativa en regiones como Asia, África o Latinoamérica. Orientado al planteamiento de estrategias sobre el terreno, el libro detalla origen, evolución, metodologías y principales obstáculos de cada uno de los proyectos descritos.

Gumucio-Dagron, A y Tufte, T. (Eds.) (2006): *Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings*. New Jersey, SO: Communication for Social Change Consortium. Primer y único "reader" sobre comunicación para el cambio. Agrupa más de doscientos textos clásicos y contemporáneos. Desde su aparición, se ha convertido en una referencia indispensable para acceder tanto a los escritos fundacionales de la disciplina como a los que actualmente impulsan su desarrollo.

Kaplún, M. (1985): *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL. Volumen clásico orientado a la divulgación de teorías, metodologías y estrategias de comunicación para el cambio entre colectivos de educadores y comunicadores populares.

Martín Barbero, J. (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gili. El volumen que marca una renovación indirecta, pero radical, de los estudios de comunicación alternativa y para el cambio social, desvelando los estrechos vínculos existentes entre lo popular, lo culto o lo masivo, y entendiendo la comunicación, no ya desde los medios o las tecnologías, sino desde las mediaciones culturales y desde su relación con lo popular.

Melkote, S. R. (1991): *Communication for development in the Third World. Theory and practice*. London: Sage. Volumen que recorre la historia de la teoría de la comunicación para el desarrollo, deteniéndose especialmente en los enfoques críticos y participativos e incluyendo perspectivas innovadoras procedentes del pensamiento asiático.

Servaes, J. (1999): *Communication for development. One world, multiple cultures*. Cresskill, NJ: Hampton Press. Libro que marca un punto de inflexión en el ámbito al hacer sumario de la evolución del pensamiento y la praxis de los últimos cincuenta años y al identificar distintas vías para la investigación y planificación futura de políticas y programas de comunicación y desarrollo.

Sparks, C. (2007): *Globalization, development and the mass media*. London: Sage. Volumen reciente que establece un recorrido por la evolución de la teoría de la comunicación para el cambio, e incorpora los últimos debates en torno a la globalización y a las insuficiencias de ciertos enfoques críticos del imperialismo cultural.

BIBLIOGRAFÍA

ATTON, Chris (2002) *Alternative media*. London: Sage.

BARRANQUERO, Alejandro (2009) *Latinoamérica en el paradigma participativo de la comunicación para el cambio*. Málaga: Universidad de Málaga. Servicio de Publicaciones-SPICUM.

BASSETS, Lluís (Ed.) (1981) *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gili.

BELTRÁN, Luis Ramiro (2005) "La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Un recuento de medio siglo". Presentado en III Congreso Panamericano de la Comunicación. 12-16 Junio. Buenos Aires (Argentina). [www.portalcomunicacion.com, consultado el 27/12/2009].

BELTRÁN, Luis Ramiro (2008) "La comunicación y el desarrollo democrático en Latinoamérica: memoria de una quimera irrenunciable". En J. M. García de Madariaga, J. C. Calvi, F. Tucho Fernández y M. Meda (Eds.): *Políticas de comunicación en España y Latinoamérica: medios convencionales, tercer sector audiovisual y alfabetización digital*. Madrid: Dykinson.

DE FLEUR, Melvin L. y BALL-ROCKEACH, Sandra (1993) *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

DE FONTCUBERTA, Mar y GÓMEZ MOMPART, José Luis (1983) *Alternativas en comunicación. Crítica de experiencias y teorías*. Barcelona: Mitre.

DOWNING, John (2000) *Radical media: Rebellious communication and social movements*. California: Thousand Oaks. [1ª Ed. 1984]

FREIRE, Paulo (2002) *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI.

GARCÍA JIMÉNEZ, Leonarda (2007) *Las teorías de la comunicación en España: Un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.

----- y GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2009) "La docencia de teoría de la comunicación en España: ¿Qué hemos estado haciendo hasta ahora? ¿Qué podemos enseñar con Bolonia?". Presentado en Simposio internacional de innovación educativa en el espacio europeo y latinoamericano. 6-7 Mayo. Madrid (España).

GUMUCIO-DAGRON, Alfonso (2001) *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York, NJ: The Rockefeller Foundation.

----- (2004) "El cuarto mosquetero: La comunicación para el cambio social". Investigación y desarrollo. Revista del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano, Vol. 12, Nº 1, pp. 1-22.

----- y TUFTE, Thomas (Eds.) (2006) *Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings*. New Jersey, SO: Communication for Social Change Consortium.

HABERMAS, Jürgen (2002) *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. México: Gustavo Gili. [1ª Ed. 1981]

HORKHEIMER, Max (2003) *Teoría crítica*. Madrid: Amorrortu.

KAPLÚN, Mario (1985) *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL.

LAZARFELD, Paul F. (1941) "Remarks on Administrative and Critical Communication Research". Studies in

Philosophy and Social Sciences, Vol. 9, Nº 1, pp. 2-16.

LERNER, Daniel (1958) *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*. Glencoe: The Free Press.

MATTELART, Armand y PIEMME, Jean Marie (1981) *La televisión alternativa*. Barcelona: Anagrama.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gili.

MARTÍNEZ NICOLÁS, Manuel (2009) "La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales". *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, pp. 1-14. [www.revistalatinacs.org, consultado el 27/12/09].

MARX, Karl y ENGELS, Friedrich (1973) *La ideología alemana*. Buenos Aires: Pueblo Unido.

MCQUAIL, Denis (2000) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

----- (2006) "Hacen falta nuevas teorías para nuevos tipos de comunicación". Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación. INCOM-UAB. Barcelona: España. [http://www.portalcomunicacion.com, consultado el 27/12/09].

MEDIACIÓN DIALÉCTICA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL-MDCS (2009) *Symposio internacional de innovación educativa en el espacio europeo y latinoamericano. Encuesta sobre el perfil universitario de la docencia en teoría de la comunicación / información en Europa y Latinoamérica*. Madrid 6-7 mayo.

MEDA, Miriam (2009) *Consulta sobre remuneraciones y condiciones laborales en medios del tercer sector*. Correo electrónico a Chiara Sáez, 29 de diciembre de 2009. Accesado el 30 de diciembre de 2009.

MORAGAS, Miquel de (1979) "El trabajo teórico y las alternativas a los 'mass media'". En J. Vidal Beneyto (Ed.): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS. 63-82.

----- (1981) *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gili.

----- (1988) *Espais de comunicació: Experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.

----- (2007) "Las ciencias de la comunicación en la 'Sociedad de la Información'". *Diálogos de la Comunicación*, 74.

----- y PRADO, Emili (1988) *La comunicación local en Cataluña (1975-1988)*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

MOSCO, Vincent (2006) "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, pp. 57-79. [http://revistas.ucm.es/portal/modulos.php?name=Revistas2&id=CIYC, consultado el 27/12/09].

NIXON, Raymond B. (1963) *Investigaciones sobre comunicación colectiva*. Quito: CIESPAL.

PRADO, Emili (1983) *Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo*. Barcelona: Mitre.

ReMC (2009) *Estatutos de la Red de Medios Comunitarios*. Mimeo.

ROCKEFELLER FOUNDATION, THE (1999) *Communication for social change: A position paper and conference report*. New York.

RODRIGO ALSINA, Miquel (2001) *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

RODRÍGUEZ, Clemencia (2001) *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.

SÁEZ BAEZA, Chiara (2008) *Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*. Tesis doctoral. [<http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1021109-003052/>, consultado el 27/12/09].

SERVAES, Jan (1999): *Communication for development: One World, multiple cultures*. Cresskill, NJ: Hampton.

SORIANO, Jaume (2008) "El efecto ANECA". Presentado en Congreso I+C: Investigar la comunicación. Congreso Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. 30 de Enero-1 de Febrero. Santiago de Compostela (España).

VIDAL BENEYTO, José (Ed.) (1979) *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS.

WOLF, Mauro (1991) *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

Anexo: Listado de Universidades contactadas y número de docentes en cada caso

Universidad Antonio de Lebrija (1)
Universidad CEU- Cardenal Herrera (6)
Universidad Europea Miguel de Cervantes (1)
Universidad Francisco de Vitoria (1)
Universidad de Granada (1)
Universidad de La Laguna (1)
Universidad Politécnica de Valencia España (1)
Universidad de Valladolid (1)
Universidad Ramon Llull (3)
Universidad San Jorge (1)
Universidad San Pablo CEU (5)
Universitat de Lleida (2)
Universitat Jaume I de Castellón (2)
Universitat Pompeu Fabra (3)
Universitat Rovira i Virgili (1)
Universidad de Alicante (2)
Universidad Carlos III de Madrid (4)
Universidad Católica San Antonio de Murcia (1)
Universidad CEU San Pablo (2)
Universidad Complutense de Madrid (10)
Universidad de Málaga (4)
Universidad de Navarra (3)
Universidad de Nebrija (1)
Universidad del País Vasco (1)
Universidad Rey Juan Carlos (13)
Universidad de Zaragoza (1)
Universitat Autònoma de Barcelona (5)
Universitat Oberta de Catalunya (4)
Universidad de Salamanca (2)
Universidade de Santiago de Compostela (1)
Universidad de Sevilla (2)
Universitat de València (2)
Universidad de Valladolid (8)
Universitat de Vic (2)
Universidade de Vigo (3)