



UNIVERSIDAD VERACRUZANA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**LA FUNCIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN EN EL
DESARROLLO SUSTENTABLE. XICO, VERACRUZ UN EJEMPLO DE
APLICACIÓN**

T E S I S

Que para obtener el grado de
DOCTOR EN COMUNICACIÓN

Presenta

TITO BONIFACIO HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ

Dirección

Dr. Cándido García Fonseca

Boca del Rio, Ver. 2009

A MAX

Tu existencia me permitió conocer una de las cosas más bellas de esta vida:

Ser padre.

Asimismo, viniste a culminar mi trayectoria y le diste una nueva razón de ser a mi presencia.

Í N D I C E

INTRODUCCIÓN.....	5
Contenido.....	5
Objetivo de la investigación	8
Soporte teórico y conceptual.....	8
Aspectos metodológicos.....	12
Contenido y objetivo de cada capítulo.....	13
Aportaciones.....	16
1.- Comunicación y desarrollo sustentable: marco teórico.....	19
conceptual	19
1.1 La comunicación	19
1.2. Desarrollo sustentable	29
2. EL IMPULSO DEL DESARROLLO SUSTENTABLE EN MEXICO, MEDIANTE POLITICAS PARTICIPATIVAS	122
2. 1. Delimitación de la aplicación de la propuesta: La zona rural, prioridad en el desarrollo nacional	123
2. 2. 1. 1. Los grupos de poder mediático, obstáculo a las políticas de comunicación.	150
2. 2. 1. 2. El poder de los monopolios mediáticos Mexicanos, su diversidad y alcance territorial.	151
2. 2. 1. 3. La orientación de la enseñanza, la investigación y la práctica de	158
la comunicación en México	158
2.3. La factibilidad: La participación ciudadana en la toma de decisiones,	168
clave para garantizar el impulso del desarrollo sustentable.....	168
2.3.1. La planificación participativa, inicio del impulso al Desarrollo	170
Sustentable.....	170
2.3.1.1. Los proyectos productivos, acción concreta para impulsar el desarrollo: diversidad y magnitud.....	173

2. 3. 2. La comunicación participativa, paradigma que garantiza la interacción comunitaria que demanda el proceso del desarrollo sustentable.	178
2.3. 3. La radio comunitaria, el medio alternativo más idóneo para promover el desarrollo sustentable en la zona rural.....	214
3. XICO, VERACRUZ, EJEMPLO DE APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN PARA IMPULSAR EL DESARROLLO SUSTENTABLE.....	226
3.1. El ejemplo, criterio de selección y localización geográfica	226
3. 2. Los lineamientos de implementación de las acciones sustentables ..	228
3.2.1. Las estrategias de comunicación para promover el desarrollo local	228
3.2.1.1. La cultura comunicativa de Xico	230
3.2.1.2 Estrategias de comunicación y sistemas de conocimiento para ...	239
promocionar y apoyar el desarrollo sustentable en Xico.....	239
3.2.2 El diagnóstico y el potencial económico susceptible de explotar del lugar seleccionado	244
3.2.3.- El potencial económico susceptible de explotar con la participación	264
BIBLIOGRAFÍA	300
LINKOGRAFÍA	309

INTRODUCCIÓN

"El progreso y el desarrollo son imposibles si uno sigue haciendo las cosas tal como siempre las ha hecho."

Wayne W. Dye

Contenido

El desarrollo sustentable se plantea como la alternativa más factible para enfrentar la problemática ambiental y mantener el crecimiento económico. Sin embargo, hacerlo realidad es complejo y demanda la participación de múltiples actores y la contribución de todas las disciplinas científicas.

Ante esta situación, la Comunicación debe contribuir con acciones concretas que incidan en el impulso de la sustentabilidad, siendo una de ellas la búsqueda de una comunicación para el desarrollo sustentable.

La intención de este trabajo, es precisamente contribuir a esa búsqueda, la cual, desde nuestra perspectiva, debe partir de una reflexión profunda de lo hecho hasta ahora en tres cuestiones: lo comunicacional, lo ecológico y lo económico. Esto porque se siguen haciendo las cosas tal como siempre se han hecho, como es:

En lo comunicacional, a todos los niveles, se mantiene la práctica predominante de una comunicación vertical, unidireccional, persuasiva, manipuladora, subordinadora, dominante y excluyente. Además, no aparece

como prioritaria para el gobierno y el campo mexicano de la comunicación, la formación profesional, la investigación, la enseñanza y la práctica de una comunicación para el desarrollo.

Sin embargo, pocas son las iniciativas y acciones que surgen para tratar de remediar tal situación, proviniendo estas de la sociedad civil (grupos y personas en lo individual), mientras las instituciones, gubernamentales y educativas, siguen haciendo las cosas tal como siempre las han hecho.

En lo ecológico, se pretende involucrar a la población en el desarrollo sustentable, mediante campañas mediáticas de llamados de conciencia; incluyendo la ecología como asignatura en las escuelas; realizando campañas de limpieza de bosques, ríos y lagunas; así como efectuando algunos proyectos sostenibles aislados. Esto no es suficiente, sobre todo en las zonas rurales, donde se localizan los principales recursos naturales que hay que cuidar y explotar sustentablemente.

Para implicar a la población, de las áreas referidas, en los programas gubernamentales de combate a la contaminación ambiental, es necesario, entre otras cuestiones, aplicar políticas participativas y proyectos sustentables que remuneren a la comunidad involucrada, para garantizar de esta manera su participación en las tareas de conservación. Pero esto no sucede, las instituciones siguen haciendo las cosas tal como siempre las han hecho.

En lo económico, se observan dos cuestiones básicas:

1. Se persiste en continuar aplicando las políticas desarrollistas diseñadas por las agencias internacionales de desarrollo, cuando, por ejemplo, la

República Popular China lo primero que hizo, fue negarse a acatar las directrices de estos organismos multilaterales y hoy es, en tamaño, la cuarta economía del mundo. Asimismo, ha mantenido, durante los últimos veinticinco años, un crecimiento económico constante de más del nueve por ciento anual.

2. Los proyectos de desarrollo que se implementan en México, en el medio rural, desde hace varias décadas, son impuestos por las autoridades gubernamentales a las comunidades, resultando por ello ajenos a la realidad de las mismas. En muchos casos, los proyectos para el desarrollo comunitario, son elaborados de manera irresponsable, en la medida en que no se involucra a la población, no se investiga, ni se realiza estudio o diagnóstico alguno para sustentarlos y cuando se parte de alguna información, esta es obsoleta e incompleta, además, quienes los formulan, con sus excepciones, no tienen la suficiente experiencia y la especialización correspondiente. Asimismo, no existe coordinación entre las dependencias gubernamentales encargadas de ejecutar acciones de desarrollo en las comunidades, por lo que terminan disputándose a la población de las mismas, mediante el otorgamiento, a los miembros de estas, de dadivas (despensas, dinero y otros), lo cual ocasiona corrupción y paternalismo. La situación no ha cambiado, esta práctica continua hasta nuestros días.

Ante este panorama, el trabajo que presento, tiene; en primer lugar, el propósito de salirse del círculo vicioso de “más de lo mismo” y abandonar los muros universitarios para situarse en el ámbito de la práctica, así como

atreverse a ver de manera distinta lo que muchas miradas perciben de forma hegemónica.

En segundo lugar, se busca la manera de concretar una comunicación participativa para el desarrollo sustentable, es decir, como aplicar acciones comunicacionales para atender la problemática económica-ambiental, principalmente la del medio rural.

En tercer lugar, aportar un ejemplo concreto de aplicación de una comunicación para el desarrollo. Para tal efecto se investigó la comunidad agraria de Xico, misma que se toma como base para construir dicho ejemplo.

Objetivo de la investigación

El objetivo de la investigación es demostrar que la comunicación desempeña una función estratégica en la sustentabilidad económica, siendo indispensable para la factibilidad de ello, partir de otro desarrollo, otra comunicación y la formación de los cuadros técnicos que la apliquen, así como la implementación de acciones comunicacionales estrechamente vinculadas con lo ecológico y lo económico. Esto mediante la práctica de una comunicación participativa.

Soporte teórico y conceptual

El soporte teórico y conceptual de este trabajo se estructura en función de seis ejes temáticos:

1. La comunicación, su relación con las actividades económicas
2. La economía y la crisis medioambiental

3. El desarrollo sustentable, concepto y modelo
4. La comunicación para el desarrollo desde la perspectiva de los difusionistas
5. Los nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo, a partir de las propuestas de la comunicación alternativa, el folkocomunicacionales y la comunicación participativa y
6. El fracaso de las políticas desarrollistas

Para fundamentar el aspecto correspondiente a la comunicación y su relación con las actividades económicas, se tomaron los planteamientos expuestos en las obras: *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre* y *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*, ambos textos de Federico Engels.

El punto relacionado con la economía y la crisis medioambiental se aborda a partir planteamientos teóricos de varios autores contemporáneos que versan sobre la Economía Ambiental, la cual contempla perspectivas tales como: El Enfoque Neoliberal, el Enfoque Nekeynesiano, el Enfoque Radical y el Enfoque Estructural.

Lo concerniente al desarrollo sustentable, concepto y modelo, se fundamenta con diversos estudios sobre el origen y la gravedad del deterioro ambiental; con los pronunciamientos y acuerdos (a partir de la década de los 70) a favor de un desarrollo sustentable, por parte de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano y del Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente; y finalmente se reflexiona acerca de la conceptualización que realizan varios estudiosos de la de sustentabilidad y de una propuesta de modelo sustentable que formalizan los mismos.

Para exponer lo tocante a la comunicación para el desarrollo desde la perspectiva de los difusionistas, se utilizan los trabajos de los fundadores de la misma: Wilbur Schramm, Daniel Lerner y Everett Rogers. Asimismo, se analizan las limitaciones y el fracaso de esta propuesta.

Los nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo, a partir de las propuestas de la comunicación alternativa, el folkocomunicacionales y la comunicación participativa, surgen a partir de las críticas que se hacen sobre la práctica predominante de una comunicación vertical, unidireccional, persuasiva, manipuladora, subordinadora, dominante y excluyente, así como del rechazo de las ideas difusionistas, por adolecer de lo anterior, por asociarlas al imperialismo cultural y por que confían ciegamente en la fuerza de los medios de comunicación para impulsar el desarrollo de las naciones atrasadas.

La fundamentación de los nuevos enfoques que se mencionan, está dada por los estudios que realizan en este campo autores como: Armand Mattelart, Ariel Dorfman, Luis Ramiro Beltrán, Bernal Sahún, Reyes Matta, Paulo Freire, Luis Gonzaga Motta, Regina Festa, Juan Díaz Bordenave, Mario Kaplún, Daniel Prieto Castillo, Máximo Simpson, María Cristina Matta, Rafael Roncagliolo, Juan Gargurevich, Luis Peirano y Rosa María Alfaro, entre otros.

De entre los nuevos enfoques antes referidos, se retoma como soporte teórico de la propuesta de este encargo, la comunicación participativa delineada por Luis Ramiro Beltrán y Manuel Calvelo Ríos, en la medida en que este paradigma garantiza la aplicación de las políticas participativas que son

necesarias, para lograr la interacción comunitaria que demanda el proceso del desarrollo sustentable.

En relación a las políticas desarrollistas auspiciadas por los organismos multilaterales y aplicadas por los gobiernos de los diferentes países subdesarrollados, resulta indispensable partir de la premisa de que éstas son un fracaso. Continuar aplicándolas sería seguir haciendo las cosas tal como siempre se han hecho.

La fundamentación que permite demostrar la validez de la premisa antes mencionada, está dado por diferentes análisis críticos que se han hecho, sobre los propósitos y los resultados obtenidos por los organismos internacionales creados para impulsar el desarrollo, tales como: el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización de las Naciones unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), entre otros.

Otros elementos que respaldan lo dicho, los constituyen dos cuestiones:

- Los estudios acerca de hechos socioeconómicos, políticos y comunicacionales de alcance mundial, como: El Movimiento de los

Países No Alineados y el llamado a un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (Informe McBride), así como las propuestas que se derivan de este último: las políticas y los planes nacionales de comunicación.

- Las experiencias acerca de la aplicación de políticas de desarrollo que consideran al individuo como objeto de éste y no como sujeto del mismo; que excluyen a la población de la toma de decisiones; que terminan beneficiando a grupos de poder económico y político locales; que realizan acciones gubernamentales descoordinadas y clientelares; y que concentran los beneficios en las poblaciones cercanas a las cabeceras o agencias municipales, entre otras.

El análisis de todos los elementos teóricos antes señalados, sustentan la construcción del eje central de esta tesis: Desarrollo humano, comunicación y medio ambiente.

Aspectos metodológicos

Las hipótesis que guían esta investigación son las siguientes:

- ❖ Las políticas desarrollistas y la comunicación para el desarrollo, basada en un modelo comunicacional vertical, resultaron un fracaso porque; en la primera cuestión, consideran al hombre como objeto del desarrollo; y en la segunda, imaginan al individuo como un ser pasivo.
- ❖ La factibilidad del desarrollo sustentable depende, entre otras cosas, de la práctica de políticas participativas en lo económico, lo ecológico y lo comunicacional.

Para abordar estas conjeturas se realizó investigación documental y de campo, efectuándose esta última en la localidad agraria de Xico (cabecera municipal),

Veracruz. Se eligió esta comunidad porque en esta tesis se propone como prioridad, el impulso del desarrollo sustentable del medio rural mexicano.

La técnica de investigación aplicada fue la Etnografía, justificándose la utilización de la misma, por el hecho de que este trabajo propone la aplicación de políticas participativas para impulsar la sustentabilidad. El éxito de dichas políticas depende, principalmente, del conocimiento de las costumbres, creencias, prácticas sociales y religiosas, así como de los conocimientos y comportamiento de una comunidad específica y sobre todo de la cultura comunicacional de la misma.

Asimismo, la Etnografía tiene como propósito la descripción de la vida social para comprenderla y, para hacerla comprensible a otros

Contenido y objetivo de cada capítulo

La pesquisa está estructurada en tres capítulos, a saber:

- 1. Comunicación y desarrollo sustentable: marco teórico conceptual**
- 2. El impulso del desarrollo sustentable en México, mediante políticas participativas, y**
- 3. Xico, Veracruz ejemplo de aplicación de la comunicación para impulsar el desarrollo sustentable.**

El contenido y el objetivo de cada uno de éstos es el que a continuación se explica.

- 1. Comunicación y desarrollo sustentable: marco teórico conceptual**

Para tener una base teórica de la estrecha vinculación que existe entre lo económico, lo ecológico y lo comunicacional, así como para no reincidir en los errores del pasado y tener elementos teórico conceptuales suficientes para construir una propuesta, en este capítulo se tratan temas como: las raíces históricas de la relación comunicación/actividad económica; los antecedentes, pronunciamientos mundiales, perspectivas y el modelo del desarrollo sustentable; los inicios, el estancamiento y los nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo; y las Políticas económicas y de comunicación y los planes nacionales de desarrollo y de comunicación.

2. El impulso del desarrollo sustentable en México, mediante políticas participativas

En el capítulo anterior se fundamenta el fracaso de las políticas desarrollistas y la necesidad de “otro desarrollo” y “otra comunicación”, cuya esencia; en el primer caso, queda expresada en la consideración del hombre como sujeto del desarrollo y protagonista activo del mismo; y en el segundo, en devolver la palabra a quienes les fue negado el derecho de expresión, mediante la aplicación, dice Beltrán (2000), de una comunicación alternativa para el desarrollo democrático.

En este capítulo, se propone tomar como base tales conclusiones y complementarlas, para el caso de México, con el establecimiento de prioridades nacionales de desarrollo y vislumbrar; por un lado, las condicionantes que pueden obstaculizar las acciones y; por otro, la factibilidad

de impulsar el desenvolvimiento económico, mediante vías participativas. Para el efecto se tratan los temas siguientes:

- La zona rural, prioridad en el desarrollo nacional.
- Políticas y planificación de la comunicación para el desarrollo, sus antecedentes y características en México.
- La orientación de la enseñanza, la investigación y la práctica de la comunicación en México.
- La participación de la población en la formulación de planes y proyectos de desarrollo sustentable.
- La comunicación participativa, paradigma que garantiza la interacción comunitaria en el proceso del desarrollo sustentable. Y
- La radio comunitaria, el medio alternativo más idóneo

3. Xico, Veracruz ejemplo de aplicación de la comunicación para impulsar el desarrollo sustentable.

En este capítulo, a manera de conclusión, se presenta una propuesta operativa para impulsar el desarrollo sustentable en el medio rural, mediante una planificación y comunicación participativas, las cuales fueron sustentadas en el capítulo anterior. Para ello se toma como ejemplo de aplicación Xico, Veracruz.

La propuesta parte de esta premisa: para mantener los diversos entornos ecológicos, es necesario generar ingresos para remunerar a la población, para garantizar su participación en las tareas de conservación, razón por la cual se tienen que implementar proyectos ecológicos que generen fuentes de

ocupación. La estructura de dicha propuesta para lograr tal fin está en función de dos aspectos:

1. El ejemplo de aplicación, criterio de selección y localización geográfica,
2. Los lineamientos de implementación de las acciones sustentables
 - El diagnóstico y el potencial económico susceptible de explotar del lugar seleccionado
 - El eje impulsor del desarrollo sustentable local
 - Las estrategias de comunicación para promover el desarrollo local

Aportaciones

Con los resultados de esta investigación pretendemos contribuir a la lucha contra la contaminación ambiental, con una propuesta operativa de aplicación de la comunicación para impulsar el desarrollo sustentable en el medio rural, tomando como ejemplo de ello a la comunidad de Xico, Veracruz. Dicha propuesta contempla los aspectos siguientes:

Políticas participativas. Ante el fracaso de las políticas desarrollistas y la comunicación para el desarrollo, basadas en la consideración del hombre como objeto y ser pasivo, respectivamente, se propone la práctica de políticas participativas en lo económico, lo ecológico y lo comunicacional.

Iniciativas y acciones alternativas en las escuelas de comunicación. La aplicación de una comunicación participativa para el desarrollo nos conduce a la interrogante de ¿Quiénes la van a aplicar? Esto tomando en consideración que la enseñanza, la investigación y la práctica de la comunicación en México,

no consideran a la comunicación para el desarrollo como una área prioritaria de estudio.

Lo anterior, ocasiona que no se estén formando especialistas en este campo y que no se genere suficiente conocimiento para el mismo. Un medio posible para revertir esta situación, es la realización de iniciativas y acciones alternativas en las escuelas de comunicación, tales como:

En la formación de especialistas

- Creación del nivel de Técnico Superior Universitario en Comunicación para el desarrollo.
- Servicio social alternativo y
- Vinculación alternativa

En la generación de conocimiento

- Investigación alternativa y
- Talleres alternativos de investigación

Otro aspecto de la propuesta operativa de aplicación, lo constituye el tipo de proyectos que se deben realizar. Las características de éstos se explican a continuación.

Proyectos sustentables endógenos, autogestionados e integrales. Tomando en cuenta que muchas acciones en pro del desarrollo, tanto gubernamentales

como civiles, fracasaron por ser impuestas, excluyentes, por carecer de lineamientos objetivos y por ser unilaterales, se propone:

- Implementar proyectos que surjan de la comunidad y que sean acordes a las especificidades de la localidad de que se trate (endógenos).
- Realizar proyectos planificados, ejecutados y administrados por los propios sujetos del desarrollo (autogestionados). Esto contando siempre con la asesoría de expertos.
- Formular proyectos que partan de los resultados de un diagnóstico de la localidad, de la identificación del potencial económico susceptible de explotar y de la definición de un eje impulsor del desarrollo sustentable local.
- Elaborar proyectos que integren lo ecológico, lo económico y lo comunicacional, la función de este último debe ser el diseñar estrategias de comunicación para promover el desarrollo local. Dichas estrategias deben estar basadas en los sistemas y medios de comunicación tradicionales de la comunidad, combinados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

A grandes rasgos, esta es la información que encontrará el lector en las páginas de esta tesis, misma que se espera sea una propuesta concreta y sirva para avanzar en la reflexión y la praxis en torno a la cuestión económico-ambiental.

1.- Comunicación y desarrollo sustentable: marco teórico conceptual

Las necesidades elementales del hombre; en lo individual: alimentarse, vestirse y resguardarse; y en lo colectivo: agruparse, organizarse y comunicarse, nacen con éste. Dichas necesidades se conjugarán y cubrirlas será el motivo principal de su existencia, razón por la cual buscarán como una constante, a lo largo de los siglos, el desarrollo de las fuerzas productivas que les faciliten el obtener los medios de vida necesarios. Partiendo de esta premisa explicaremos cómo desde el principio hay una relación muy estrecha entre las tareas económicas que realiza el ser humano y la comunicación entre los mismos para realizarlas.

Establecido lo anterior, en primer lugar abordaremos en este capítulo, con una visión histórica, el aspecto de la comunicación; en segundo, lo económico desde la perspectiva del desarrollo sustentable; y tercero, la difusión participativa de la sustentabilidad, razón por la que dividiremos el mismo en los epígrafes: 1.1. Comunicación, 1.2. Desarrollo sustentable, 1.3. Comunicación para el desarrollo y 1.4. La difusión participativa del desarrollo sustentable

1.1 La comunicación

La intención que se persigue aquí, no es abordar los diversos aspectos teóricos de la comunicación, sino meramente, ver a la misma, como un medio, con el

que se relacionen los hombres para efectuar sus actividades económicas y como un instrumento indispensable para su desenvolvimiento (comunicación para el desarrollo).

Por tanto, el propósito de este trabajo es, por un lado, destacar de manera puntual, la importancia que tiene la comunicación en las actividades económicas del hombre y; por otro, proponer posibles aplicaciones concretas de una comunicación para el desarrollo sustentable, para tal efecto, abordaremos, en este primer apartado estos cuatro puntos: las raíces históricas de la relación comunicación/actividad económica; división social del trabajo/comunicación; desarrollo de las fuerzas productivas/comunicación—conocimiento--innovación--progreso; e intercambio de mercancías/comunicación. Esto, por considerar que, de origen, existe una unidad indisoluble, entre la comunicación y la actividad económica, por que esta juega un papel importante en la productividad del trabajo, mediante la división del mismo, división que solo es factible a través de la comunicación entre los hombres; así como, sólo con la comunicación-información, el ser humano puede perfeccionar sus medios de producción.

1.1.1. Las raíces históricas de la relación comunicación/actividad económica

Para encontrar las raíces históricas de la relación comunicación/actividad económica, forzosamente tenemos que partir del origen del hombre mismo, encontrando en la teoría de la evolución de Darwin (Engels 1970), la hipótesis más aceptada al respecto, en ella plantea el concepto de evolución de las especies a través de un lento proceso de selección natural y establece que el hombre proviene del mono, entre otras cosas.

Varios estudiosos del tema, retoman, a lo largo de los siglos, las premisas de Darwin y amplían los descubrimientos y fundamentos de la misma. Desde la perspectiva económica, enfoque que nos interesa para los propósitos de esta tesis, es Federico Engels quien continua fundamentando la conjetura darwinista del origen del hombre, introduciendo la variable “trabajo” para demostrarla, para el efecto, escribe la obra titulada: “El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre” (1970).

En resumen, el autor mencionado explica en esta obra que, el estudio del origen del hombre, no puede circunscribirse únicamente al desarrollo biológico, en la medida en que éste no explica por sí solo la esencia de la transición del animal al hombre primitivo. Lo que separa al hombre del mundo animal, es su actividad laboral, que tiene un carácter social y que efectúa con la ayuda de instrumentos de trabajo, inicialmente, elaborados artificialmente a partir de piedras y huesos, entre otros materiales.

Además, dice Engels, El hombre, para satisfacer sus necesidades, protegerse de las inclemencias de la naturaleza y defenderse de los grandes animales, tuvo que realizar actividades productivas, las que después de varios siglos de llevarlas a cabo, permitirán que este camine erguido y se le desarrollen las extremidades anteriores, lo cual lo hará más diestro en su trabajo.

El horizonte del ser humano, plantea Federico Engels, se fue ampliando con su trabajo, en la medida en que a través de éste, descubría constantemente en los objetos nuevos atributos hasta entonces desconocidos. Estos descubrimientos empujan mayores actividades y esfuerzos que hacen necesaria la ayuda mutua, la que a su vez demuestra las ventajas de ésta y congrega aún más a

los miembros del grupo, ocasionando que los hombres tengan la necesidad “de decirse algo” los unos a los otros.

De acuerdo a lo anterior se puede concluir que, primero surgió “...el trabajo, luego y con él la palabra articulada...” (F Engels, 1970:378), es decir, “...del proceso del trabajo surge la necesidad de comunicarse entre sí...” (Afanasiev, V., 1980: 212).

La segunda conclusión a la que llega Federico Engels en la obra referida, es la que establece que el trabajo no sólo motiva la necesidad de que los hombres se comuniquen entre si, sino también contribuye a que se desarrolle el pensamiento, en razón de que la actividad laboral, en forma paulatina, se hacia menos intuitiva y más racional, pero para que el raciocinio del hombre evolucionara plenamente, era necesario que su cerebro se desarrollara físicamente, lo que fue posible, en el momento en que el ser humano, consume carne de manera regular, ello, tomando en cuenta, que la misma suministra sustancias químicas que son indispensables para el desarrollo de éste y otros órganos del cuerpo humano.

Reflexionando lo expuesto por Engels, podemos rematar que la comunicación entre los hombres no surge de manera espontánea, sino estrechamente ligado a la satisfacción de las necesidades elementales de estos, mediante el trabajo, es decir, nace como producto de la actividad humana en sociedad.

1.1.2. División social del trabajo y comunicación

Federico Engels (1970) en su obra, “El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado”, establece, que los Estadios Prehistóricos de la

humanidad están constituidos por tres épocas principales: salvajismo, barbarie y civilización. Las características de dichas épocas planteadas en el texto de referencia, en forma sucinta, consisten en lo siguiente:

En el Salvajismo, el hombre se apropia de productos que la naturaleza da ya hechos y sólo produce las herramientas rudimentarias destinadas a facilitar esa apropiación.

En la *Barbarie*, el género humano aprende a incrementar la producción de la naturaleza. En esta época aparecen la agricultura y la ganadería.

En la Civilización, el hombre sigue aprendiendo a elaborar otros productos (herramientas de trabajo principalmente) que no le da la naturaleza, denominándose por tal motivo a esta época, como el período de la industria y del arte.

Para que la transición de, una a otra de las épocas, dice Engels, fuera posible, era necesario incrementar la productividad del trabajo, objetivo que se alcanza, entre otras cosas, mediante una mejor organización de este, siendo indispensable para dicha organización, la comunicación entre los individuos; realizado lo anterior, el mayor rendimiento de la actividad laboral se logra con la división social del trabajo.

Mitropolski, Kérov y Zubritski (1970) sostienen que la primera división del trabajo que conoce la humanidad, tiene lugar en la época del *Salvajismo* y consiste en una distribución de las tareas de acuerdo a la edad y sexo de los individuos, esto es, los hombres, provistos de mayor fuerza y resistencia se dedican a la caza, las mujeres, los niños y los ancianos a la recolección de frutos. A los ancianos de gran experiencia les era encomendado también la elaboración de instrumentos de trabajo. Eran portadores de la experiencia

acumulada por generaciones. Dado que la distribución de las actividades descritas anteriormente, se establecen en función de la fuerza física de los individuos, principalmente, se conoce a este modo esta como: “división natural del trabajo”.

Como consecuencia de la repartición natural de las faenas laborales que se mencionan, según Mitropolski et al. (1970), se dan, posteriormente, las dos primeras divisiones sociales del trabajo; caracterizándose la primera, por la especialización de los distintos grupos, como fue el caso de las tribus pastoras y las tribus agricultoras; la segunda se manifiesta con la aparición de los artesanos, cuya función principal era la fabricación de objetos que la comunidad necesitaba. La elaboración de metales y artículos de metal, la alfarería y la tejeduría dieron lugar a los primeros oficios.

La experiencia adquirida, de generación en generación, permitió una mayor diversificación y perfeccionamiento del trabajo, extendiéndose, la división de este, cada vez a nuevas actividades.

“...A la caza y a la ganadería vino a sumarse la agricultura, y más tarde el hilado y el tejido, el trabajo de los metales, la alfarería y la navegación. Al lado del comercio y de los oficios aparecieron, finalmente, las artes y las ciencias...” (Engels, F., 1970:398),

Desde nuestra perspectiva, para llegar a establecer la división natural del trabajo y en seguida la primera y la segunda división social del mismo y las que le siguieron, los integrantes de los grupos sociales de los diferentes periodos históricos, tuvieron que tomar el parecer de todos los miembros y

discutirlo, para ponerse de acuerdo, en la puesta en práctica de tal determinación. Sin la comunicación de por medio, esto no hubiera sido posible.

Desde estas primeras divisiones del trabajo, hasta nuestros días, el hombre a través de los siglos, ha realizado de manera constantemente y permanente, tantas divisiones como han sido necesarias, todo con la finalidad de lograr una mayor productividad de la fuerza laboral, en la medida en que está plenamente comprobado, que la mencionada división, la capacitación del trabajador y el perfeccionamiento de las herramientas de trabajo, son los factores fundamentales que hay que combinar, para obtener altos niveles de producción. El tema del desarrollo de las fuerzas productivas (medios de producción y fuerza de trabajo) lo trataremos en el siguiente apartado.

1.1. 3. Desarrollo de las fuerzas productivas/información-comunicación

Para abordar este punto nos apoyaremos en la Teoría de los Modos de Producción... “El modo de producción de la vida material condiciona el proceso de vida social, política e intelectual en general...” (Marx: 1970, pag.12).

Las diferentes etapas históricas de la humanidad están ligadas a la forma en que las diversas culturas obtienen o producen sus alimentos, su ropa y su vivienda. Marx (1970), señala al respecto que, la historia del desarrollo de la sociedad, es ante todo, la historia del desarrollo de la producción, la historia del desarrollo de las fuerzas productivas y de las relaciones de producción.

De acuerdo a Marx (1970) el modo de producción de una época no es determinado por qué o por cuánto se produce, sino por cómo se produce. Esto se puede observar en los distintos modos de producción registrados a lo largo

de la historia: Comunismo Primitivo, Esclavismo, Feudalismo, Capitalismo y Socialismo.

Estos modos de producción, sostiene el autor, están conformados por las fuerzas productivas y las relaciones de producción. Dichas fuerzas productivas (fuerza de trabajo e instrumentos o medios de trabajo) alcanzan, en cada una de las épocas señaladas, un determinado grado de desarrollo.

Retomando los planteamientos de Marx podemos explicar el por qué, para obtener sus medios de vida, mediante la apropiación de lo que da la naturaleza o la producción de estos, el hombre tiene que utilizar su fuerza de trabajo e instrumentos o medios de trabajo.

La fuerza de trabajo es elemento activo de la producción, la fuerza física del individuo, sus conocimientos y hábitos, le ponen en condiciones de producir bienes materiales. Sólo mediante la conjugación de la fuerza de trabajo y los medios de producción es posible crear riqueza (bienes tangibles con valor de uso y valor de cambio).

De acuerdo a Mitropolski et al. (1970), El trabajo comienza y continúa con la elaboración de instrumentos o herramientas que faciliten las actividades laborales. El primer instrumento utilizado por el hombre, fue una simple piedra, la que utilizaba para romper el caparazón de las tortugas. Más tarde aprendió a hacer toscos utensilios cortantes de piedra, así como palos puntiagudos y otros instrumentos de madera. Al elaborar sus herramientas de trabajo, el ser humano, se dio cuenta de que el choque entre dos piedras producía chispas, siendo de esta manera como nace el fuego.

A partir del primer instrumento de trabajo, explica Basalla (1991), la labor productiva de la humanidad, ha creado, de entonces a la fecha, no sólo herramientas, sino también equipo y maquinaria, tales como: Los aperos de metal; el arado, primero de madera, y después de hierro; la rueda; el molino; el telar; la maquina de vapor; la automatización; la computadora; y la robótica, entre otras. Esto no es otra cosa más que el desarrollo tecnológico.

El conocimiento; en lo general, y el desarrollo tecnológico; en lo particular, tienen un carácter histórico y social, en la medida en que son producto de la larga experiencia de la humanidad y del esfuerzo colectivo de la misma. Dicha experiencia y esfuerzo mantienen una tendencia de continuidad, lo que permitió hilvanar las aportaciones de las diferentes generaciones, las que en conjunto, dan como resultado final la tecnología de nuestro tiempo.

Paralelamente al avance tecnológico, se da el desarrollo de la fuerza de trabajo, la cual de acuerdo a Mitropolski et al. (1970), logra incrementar su productividad, gracias a la adquisición de una mayor destreza de los trabajadores, a una progresiva especialización de los mismos y a la implantación de procesos productivos más complejos.

Al planteamiento anterior de Mitropolski podemos agregar, que en la continuidad del conocimiento y del desarrollo de las fuerzas productivas, hay un elemento clave que fue determinante en este asunto: la información-comunicación entre las diferentes generaciones de la sociedad. Dicha información-comunicación, primero fue oral, pero merced a un invento de este campo, la “escritura” (creada en la época de la civilización), la transmisión de

conocimientos se da por escrito, resultando más fidedigna y permanente, dando por consiguiente un superior impulso a los adelantos.

El desarrollo de las herramientas, la maquinaria y el equipo (tecnología), visto desde la perspectiva de su creación, siguen un proceso que se inicia con la invención del instrumento de trabajo, pasan por un periodo de innovación del mismo, y terminan con su perfeccionamiento. Aquí se comprueba, señala Sultan (2001) que el conocimiento mas la información es igual a la innovación. Conclusión, la comunicación-información, jugó un papel importante en el desarrollo de las fuerzas productivas.

1.1.4. Intercambio de mercancías/comunicación

Continuando con el enfoque del Materialismo Histórico, que entre otras cosas incluye la Teoría de los Modos de Producción, analizaremos en este epígrafe como el intercambio de mercancías genera procesos de comunicación.

En el estadio superior de la barbarie, explica Engels (1970), tiene lugar el intercambio de mercancías, entre los miembros de la sociedad. Dicho intercambio, aparece en el momento que se combinan varias circunstancias, tales como el incremento de la productividad del trabajo (creación de excedentes de producción); la especialización laboral de los trabajadores; el surgimiento de nuevas necesidades; así como, la substitución del trabajo y la apropiación colectiva, por el trabajo y la apropiación individual.

La combinación de estas circunstancias, pone a las personas de frente a la monoproducción y la inviabilidad de la autosuficiencia, es decir, el productor individual no puede satisfacer sus propias necesidades y tiene que recurrir al intercambio para obtener aquellos bienes que no puede producir.

El intercambio de mercancías, concluye Engels (1970), se da primeramente, entre los miembros de un grupo, después con los integrantes de otros grupos

de una región, posteriormente con las personas de otras regiones y otros continentes, naciendo de esta manera el comercio.

A lo expuesto por Engels podemos agregar que el comercio no sólo es intercambio de productos, también es puesta en común de múltiples cuestiones.

Los centros donde se realizan las actividades comerciales, son a la vez, sitios de reunión, que se convierten, al mismo tiempo, en lugares de comunicación.

En este momento histórico, lo económico y lo comunicacional, alcanzan un alto grado de vinculación, en la medida en que a través del comercio, tienen lugar fenómenos de mediación e interacción. Asimismo, aparecen los comerciantes, quienes no sólo llevan productos de un lugar a otro, sino también son transmisores de información. Esto los constituye en un medio de comunicación que entrelaza a la población que habita los diversos territorios que recorren.

1.2. Desarrollo sustentable

Si partimos de la visión utilitarista y antropocéntrica, que coloca al hombre por encima de la naturaleza y del resto de las especies, la que a su vez se refleja en el pasaje bíblico de Adán y Eva viviendo en el paraíso que Dios dispuso para ellos, se puede plantear que la destrucción de la naturaleza, se inicia en el momento en el que se arraiga esta idea entre los hombres.

Sin embargo, en los últimos cuarenta años del Siglo XX, el planeta tierra, entra en un proceso, gradual, de deterioro ambiental que repercute en una alarmante devastación de la naturaleza y en altos índices de contaminación de la atmósfera. Esto, como producto de un modelo de desarrollo industrial, que persigue **aceleradas tasas de crecimiento en los diferentes países, principalmente, los más industrializados.**

Las secuelas negativas de este modelo de crecimiento económico, hasta el momento, se manifiestan en: basura y desechos; contaminación del aire, el agua y el suelo; agotamiento de recursos naturales; algunos de ellos no renovables; pérdida de calidad de vida por deterioro de ambiente urbano; extinción de especies de plantas y animales silvestre; y erosión de suelos; entre otros.

Ante esta situación, organismos multilaterales y los gobiernos de diversos países, se han dado a la tarea de llevar a cabo políticas ambientales, que busquen el equilibrio justo entre el desarrollo económico de la sociedad y la preservación de sus recursos naturales. De aquí que, en la actualidad, se manejen conceptos como: Ecodesarrollo, Desarrollo Sustentable, Ecoeficiencia, Transformación productiva con equidad e Industrias Ambientalistas, han adquirido un gran significado e implican la posible conciliación entre Economía y Ecología.

Combatir la contaminación ambiental a través del desarrollo sustentable es una situación compleja que demanda diversas acciones, pero sobre todo estudios multidisciplinarios. En este contexto de multidisciplinariedad las Ciencias de la Comunicación tienen la obligación de contribuir con la parte que les corresponde en la atención de la necesidad social que representa el deterioro del medio ambiente.

Precisamente, en este apartado, abordaremos la complejidad que representa la contaminación del medio ambiente y el que hacer de la comunicación en este problema. Para ello dividiremos la cuestión en los aspectos siguientes: la Economía y la crisis medioambiental; antecedentes y perspectivas del desarrollo sustentable; el concepto de Desarrollo Sustentable; el modelo del desarrollo sustentable; y la Comunicación para el desarrollo.

1.2.1-La Economía y la crisis medioambiental

De 1789, fecha en que se inicia la Revolución Industrial, a la fecha, tres son las causas económicas, principales, que motivan el deterioro de la naturaleza: el desarrollo económico de los países; el incremento constante de los niveles de bienestar social de la población de las diversas naciones del mundo; y la globalización de la economía. Esto, mediante un modelo industrial que persigue aceleradas tasas de crecimiento.

La producción, la distribución y el consumo de bienes, dentro del modelo que se menciona, están unidos inevitablemente a la contaminación del ambiente, a la devastación y exterminio de un sin número de recursos naturales que nunca más se recobrarán. Por esta situación, el modelo industrial señalado, viene siendo cuestionado desde hace varias décadas, llegando a establecer un dilema entre el crecimiento económico y la conservación y preservación ambiental

Desafortunadamente en el tema de la naturaleza siempre prevalece el criterio de lucro sobre cualquier otro, haciendo esto, que la solución del problema, a corto plazo, parezca imposible, en la medida en que la Economía y la Ecología, desde la perspectiva capitalista, son cuestiones que tienen dos lógicas diferentes y aparentemente contradictorias.

Sin embargo, la gravedad de la contaminación ambiental impulsa el surgimiento de dos líneas diametralmente opuestas de pensamiento económico; una, se da a la tarea de buscar procesos productivos y modelos económicos altamente rentables sin cuidar la naturaleza; otra, plantea el

establecimiento de nuevas formas y sistemas, que permitan compatibilizar y conciliar los intereses entre Ecología y Economía.

Es así, como nacen algunas propuestas con una orientación ecológica, destacando entre ellas; por un lado, la Economía Ambiental; y por otro, los enfoques Neoliberal, Neokeynesiano, Radical y Estructural. Propuestas que, de manera concisa, trataremos a continuación:

Economía Ambiental

A principios de la década de los 70's, se inicia un sistemático cuestionamiento sobre las secuelas negativas del modelo industrial que se viene aplicando desde 1789, tal cuestionamiento se manifiesta en estudios, reuniones de organismos internacionales y creación de programas multilaterales, entre ellos: el Informe del Club de Roma- "Los límites al crecimiento- (1971), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano (1972) y la creación del Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA (1973). Estos hechos y los que se mencionan en el párrafo siguiente, serán comentados en forma más detallada en el apartado Antecedentes y perspectivas del Desarrollo Sustentable.

Las críticas continúan en las dos décadas siguientes, donde tienen lugar conferencias y eventos internacionales, la presentación en la Asamblea General de Naciones Unidas del informe "Nuestro futuro común" (1987) y la

Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo- "Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro (1992). Después de la Cumbre de Río, se presta mayor atención a los problemas ambientales y se difunden ampliamente. En este contexto surge la Economía Ambiental.

Diferentes fuentes de información concuerdan, en que los antecedentes históricos de la Economía Ambiental, se localizan en los conceptos desarrollados por algunos precursores de la Economía como: Thomas R. Malthus, quien plantea que la capacidad de crecimiento de la producción de alimentos es inferior al crecimiento de la población; David Ricardo, con sus estudios sobre la renta de la tierra, establece una visión pesimista sobre el papel de los recursos naturales; John S. Mill, retomó el trabajo de David Ricardo y postuló que las disponibilidades limitadas de recursos naturales impondrían límites al crecimiento económico; Willian S. Jevons, planteó el principio de equimarginalidad, que constituye el elemento básico de la Economía de los Recursos.

En 1919, Arthur C. Pigou introduce el concepto de externalidad negativa, que sirve de fundamento teórico al término contaminación. En 1931 Harold Hotelling Publica un trabajo donde retoma el principio de equimarginalidad de Jevons y establece un principio básico que determina cuándo debe extraerse un recurso no renovable, además señala la forma en que es posible lograr un grado óptimo de extracción. Estos planteamientos, hoy considerados las bases de la Economía Ambiental, estuvieron latentes, hasta que el deterioro del ambiente propició el despertar y la sensibilización de la sociedad en torno a este problema.

En los últimos veinte años del Siglo XX, surgen las aportaciones de Vermont Robert Costanza, ecologista y profesor de la Universidad de Maryland, quien fundó la Sociedad Internacional para la Economía Ecológica. Herman Daly, de la misma universidad, contribuyó al desarrollo de ésta.

Finalmente, con las aportaciones de todos los pensadores antes señalados y experiencias recientes, se instituye como campo de estudio, con distintos enfoques, la Economía Ambiental.

El objeto de estudio de la Economía Ambiental lo constituye: el análisis económico de los recursos ambientales; la optimización del uso del ambiente y de los recursos naturales; los medios de gestión ambiental; y la forma en que afecta el crecimiento económico a las funciones del medio ambiente.

A partir de los diversos planteamientos que existen, podemos definir a la Economía Ambiental, como una rama de la Economía que considera a la variable medioambiental, como un aspecto más que influye en los fenómenos económicos, así como la que diseña los instrumentos para lograr el desarrollo sustentable. En pocas palabras, se puede señalar, que la Economía Ambiental abarca el estudio de los problemas ambientales empleando los enfoques y las herramientas de la Economía, es decir, es una extensión de la Economía al campo de estudio del medio ambiente.

Enfoque Neoliberal

Desde la perspectiva Neoliberal, encabezada por Denis Lepeg, el deterioro del medio ambiente es un problema de costos. Esto, tomando en cuenta que las distintas empresas durante sus procesos productivos provocan contaminación, la que al ser combatida, ocasiona un gasto injusto para la sociedad, en la medida en que ella es quien termina pagando dicho gasto.

Para subsanar esta situación, se propone que los costos de contaminación sean incorporados como costos de producción de las empresas y se incluyan en el precio de los bienes producidos. La solución, platea este enfoque, es

internalizar los costos, es decir, que quien contamine absorba los costos de la contaminación; y que en la formación de precios se contemplen dichos costos de reparación. Asimismo, propone privatizar los bienes ecológicos o vender los derechos de contaminación.

Enfoque Neokeynesiano

El aspecto básico de la teoría Keynesiana, es la inversión del Estado para llegar al pleno empleo. El enfoque Neokeynesiano de la Economía Ambiental, retoma este planteamiento y lo vincula con la protección del ambiente, viendo a ésta como una oportunidad para generar empleos para la sociedad. Es indudable, que para tratar de revertir los estragos causados a la naturaleza, es necesario, entre otras cosas, realizar diversas actividades productivas que combatan el deterioro ambiental, tales como: la reforestación de áreas boscosas que fueron taladas, que implica la producción de millones de plántulas en viveros; el tratamiento aguas residuales, para ello se requiere, primero, construir plantas de tratamiento y después operarlas; y la limpieza de ríos y lagunas, entre otras actividades, la realización de las mismas requiere de fuerza de trabajo, generándose de esta manera miles de empleos permanentes.

Por lo anterior, se aconseja incrementar la protección ambiental, en la medida en que ello conlleva a una relación directamente proporcional, consistente en que, a mayor protección, mayor generación de empleos y mayor crecimiento económico. El resultado final de esta política es la formación de una industria ambiental.

Vista de esta manera la protección ambiental, no sólo genera empleos, impacta el crecimiento económico y motiva la creación de una nueva rama industrial, sino también, provoca la elaboración de productos ecológicos y el desarrollo de tecnologías anticontaminantes, además estos productos y tecnologías llegan a constituirse en bienes de exportación.

Enfoque Radical

La denominación de este enfoque le viene de las características radicales de su propuesta, la cual plantea abandonar el modelo industrial hasta hoy aplicado y sustituirlo por un proceso productivo de esencia ecológica, es decir, un nuevo paradigma de crecimiento, en donde las actividades económicas coexistan con la naturaleza y se establezcan mutuamente. Esto mediante políticas de Ecodesarrollo y de Economía de Subsistencia.

Enfoque Estructural

Martín Janicke plantea que existe una tendencia opuesta y una disociación espontánea entre el Producto Interno Bruto (PIB) y el consumo de recursos naturales en relación a los cambios estructurales al interior de las naciones industrializadas. Este señalamiento es producto de un estudio realizado por el autor, durante el periodo de 1982 a 1988, el cual consistió en medir, en el

transcurso de los años señalados, el crecimiento del consumo privado de energía, factor, que a criterio de Janicke, es uno de los más relevantes en la medición del desgaste ambiental. Los resultados de tal medición fueron: el consumo privado de **energía** ha crecido más rápidamente que el PIB, lo que permite señalar que existe una relación directamente proporcional entre crecimiento del producto e incremento de la contaminación ambiental.

Sobre este enfoque, es conveniente señalar que existen diferentes críticas, siendo la principal de ellas, la que cuestiona las características de la muestra de estudio, la que estuvo constituida por 32 países desarrollados, lo cual implica por una parte, el no considerar a los países subdesarrollados, y por otra, porque todos los ejemplos contemplan territorios nacionales y no toman en cuenta situaciones regionales y globales de deterioro ambiental.

1.2.1-Antecedentes y perspectivas del desarrollo sustentable

Para conocer cómo inicia y evoluciona, a lo largo de las décadas, el enfoque sustentable del desarrollo, abordaremos en este apartado, los siguientes aspectos: origen de la contaminación ambiental; primeras manifestaciones en defensa de la ecología; la contaminación entra en crisis; pronunciamiento mundial por un desarrollo sustentable, auge del enfoque sustentable, el desarrollo sustentable en el nuevo milenio y el balance de tres décadas de iniciativas sustentables.

Origen de la contaminación ambiental. Los diversos trabajos realizados, sobre el fenómeno de la contaminación ambiental, coinciden en ubicar el

agravamiento de este, en el momento en que se da la transición de la producción artesanal a la industrial. Esto es,

La Revolución Industrial es, sin duda, el inicio y punto de partida del crecimiento económico basado en los procesos tecnificados de producción. La Revolución Industrial desató, no sólo, el auge económico, científico y técnico, sino que, con el inicio de ésta, se promulgó el uso intensivo, extensivo e irracional de los recursos naturales en busca de modelos de acelerado crecimiento económico. (eumed.net, 2005)

Así, queda claro que en la etapa de la producción artesanal,

la industria primitiva no se constituía como un factor importante de deterioro ambiental. Las primeras industrias utilizaban el carbón como único energético y aunque provocaban grandes cantidades de gases, estas cantidades eran tan modestas que no impactaban el medio ambiente; igualmente, los procesos tradicionales de producción y explotación del suelo y subsuelo, permitían la renovación y conservación "natural" de los mismos, ya que tales procesos eran extremadamente rudimentarios, y no provocaban devastación ni aniquilamiento de los recursos. (<http://www.eumed.net>, 2005)

Una vez llegada la gran industria, la maquinaria sofisticada, los procesos de producción más complejos y la producción en gran escala, traen como consecuencia una

explotación intensiva y sistemática de los recursos naturales que se fue generalizando y extendiendo de manera incontrolada, sin prever las consecuencias irreparables de la indiferencia ambiental. Los procesos de industrialización no sólo fueron en aumento, sino que estos fueron concebidos de forma irracional, dando como resultado la grave problemática ambiental que hoy día nos invade. (<http://www.eumed.net>, 2005)

La revolución industrial no es un hecho aislado, fue el motor del desarrollo histórico del capitalismo, lo que estaba en juego era precisamente éste, nadie podía detener su acelerado ritmo de crecimiento a pesar de que implicaba

el deterioro ambiental, la devastación de los recursos y el atentado contra la propia humanidad, esto pareció poco relevante, y la imagen de cientos de chimeneas arrojando humo representó por mucho tiempo el símbolo del progreso y la consolidación del poderío económico. (<http://www.eumed.net>, 2005)

Sin lugar a dudas, la tendencia ascendente del volumen de la producción mundial, desde el inicio del sistema capitalista, hasta nuestros días, es directamente proporcional a la tendencia de crecimiento de la contaminación ambiental, mientras no hubo producción masiva, la ecología estuvo en

equilibrio, en la medida en que el capitalismo se fue consolidando la destrucción de la naturaleza fue en aumento, por ello podemos concluir que

Desde 1789 con el inicio de la Revolución Industrial, fueron más de 150 años de indiferencia ecológica. La "violencia ecológica" que se desató desde 1789 fue enorme, y en poco o nada se intentó evitar o por lo menos controlarla. Fueron más de 150 años de depredación irracional e inmisericorde de la tierra en favor de un modelo de crecimiento sostenido pero no sustentable que iba poco a poco atentando contra la propia humanidad. (<http://www.eumed.net>, 2005)

Ubicado el origen del deterioro ambiental, a continuación señalaremos, de manera cronológica, cómo se fueron dando las manifestaciones en contra de este hecho y en que momento surge la propuesta de un desarrollo sustentable.

Primeras manifestaciones en defensa de la ecología (décadas de los 50's y 60's). A finales de los años 50's y principios de los 60's, las voces en defensa de la ecología empezaban a manifestarse, principalmente a nivel de análisis y planteamientos aislados, en estos se señalaba la tendencia exponencial de la contaminación ambiental y la destrucción de los recursos naturales. Estas primeras manifestaciones toman cuerpo con la aparición de algunas organizaciones ambientalistas, destacando entre ellas, el Club Sierra y Friends of the Earth en EE.UU.

La contaminación entra en crisis (década de los 70's). Es hasta la década de los 70's, cuando el deterioro del ambiente y la depredación del planeta se hacen más evidentes y sus estragos empiezan a presentarse en todos los ámbitos. Esto obliga a reflexionar en torno a la búsqueda de otras alternativas de crecimiento económico que; por un lado, detengan y eviten el deterioro

ambiental; y por otro, creen mecanismos que permitan la recuperación y mejoramiento del medio ambiente.

Ante esta realidad, se inició un severo cuestionamiento sobre las políticas de desarrollo económico que se venían aplicando desde el estallido de la Revolución Industrial (1789). Esencialmente se criticaban dos cuestiones:

a) Que a pesar de los complejos procesos de producción, el desarrollo tecnológico alcanzado y los enormes volúmenes de productos obtenidos por los sistemas económicos de los países más desarrollados, los niveles de subdesarrollo y pobreza, de las naciones atrasadas, eran cada vez mayores, y la distancia entre países ricos (desarrollados) y países pobres (subdesarrollados), se agrandaba día con día.

b) Que los modelos de crecimiento económico como los seguidos a partir de 1789, habían implicado un grave deterioro ambiental y desgaste ecológico. Esto hacía imposible continuar aplicando tales procesos de crecimiento.

Críticas y cuestionamientos como los antes expuestos, obligaron a la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) y al Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) a realizar acciones concretas como las siguientes:

En 1971, tuvo lugar en Founex, Suiza, la reunión del Grupo de Expertos sobre el Desarrollo y el Medio, el resultado de dicho encuentro fue la elaboración de un diagnóstico sobre la situación del medio ambiente humano y natural del planeta, este documento fue retomado en la conferencia mundial de 1972. La

reunión del grupo de expertos, por su carácter histórico, resulto la más importante de la década.

En 1972, se realizó en Estocolmo, Suecia, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, en ella sobresalieron dos puntos.

- a) Los bajos niveles de bienestar social de las naciones subdesarrolladas impulsarán el deterioro ambiental, pues éstas buscarán disminuir sus niveles de pobreza mediante la explotación intensiva y extensiva de los recursos naturales.
- b) El problema ambiental es prioritario y de urgente atención, razón por la que debe ser incorporado en las políticas de desarrollo de todos los países, ya que es algo trascendental y de vital importancia.

Dadas las circunstancias, los reunidos en la conferencia, acordaron formular una declaración y un plan de acción que contienen 109 recomendaciones específicas.

Para algunos, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano referida, es el único evento ecológico importante de esta década y no tiene lugar ningún otro, pues “No es sino hasta 1987, cuando nuevamente el tema del medio ambiente vuelve a aparecer de forma importante y trascendental en los escenarios internacionales...” (solvayiberica.es, 2005). Esto es inexacto, en la medida de que en el mismo año de 1972, tiene lugar otro acontecimiento, que desde nuestra perspectiva, es una parte fundamental del análisis del fenómeno medioambiental y de la propuesta sustentable de desarrollo, nos referimos al estudio titulado: “Los límites del crecimiento”.

Al respecto, en 1970, el Club de Roma, una asociación privada compuesta por empresarios, científicos y políticos, encargó a un grupo de investigadores del Massachusetts Institute of Technology bajo la dirección del profesor Dennis L. Meadows, efectuar un análisis sobre las tendencias de los problemas económicos que amenazaban a la sociedad mundial.

La investigación finalizó en 1972 y fue publicada con el título señalado con antelación, su principal conclusión fue.

Si se mantienen las tendencias actuales de crecimiento de la población mundial, industrialización, contaminación ambiental, producción de alimentos y agotamiento de los recursos, este planeta alcanzará los límites de su crecimiento en el curso de los próximos cien años. El resultado mas probable sería un súbito e incontrolable descenso tanto de la población como de la capacidad industrial. (Meadows, 1972, p. 65)

Los resultados que presenta este trabajo, con los que no se podría estar totalmente de acuerdo, son un elemento indispensable y una fuente ineludible para el estudio de la problemática ambiental y la alternativa de posible solución representada por el modelo sustentable.

Después de 1972 con los acontecimientos mencionados, el problema y los postulados ambientalistas recibieron un gran impulso. Pero sobre todo, ello contribuyó a crear conciencia y alertar a la humanidad sobre la problemática ambiental, en este contexto en el año de referencia fue fundada en Canadá Greenpeace.

Desgraciadamente, la fuerza que adquirió la cuestión ecológica, así como la conciencia que habían logrado fomentar en muchos de los gobiernos, tanto de

países desarrollados como subdesarrollados, se vió opacada o relegada por situaciones y problemas coyunturales que absorbieron la atención de los gobernantes.

Pronunciamiento mundial por un desarrollo sustentable (década de los 80's). Durante mas de diez años, la problemática ecológica cae en el olvido, y no es sino hasta 1987 cuando ésta vuelve a ser un punto importante de la agenda mundial, en este año, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD), coordinada por la primer ministra noruega Sra. Gro Harlem Brudtland, emitió un informe denominado "Nuestro Futuro Común" (también conocido como el informe Brundtland)

En resumen, tres son los planteamientos básicos del Informe de la CMMAD:

- a) El problema ambiental no es una cuestión nacional o regional, es un problema global.
- b) Es necesario un intercambio de opiniones entre países desarrollados y naciones en vías de desarrollo para hacer causa común en contra de los peligros ecológicos, así como revisar a fondo la correlación medio ambiente-desarrollo.
- c) Las teorías y modelos del desarrollo económico que, se han aplicado a lo largo de los últimos ciento cincuenta años, están en crisis, por lo que es urgente impulsar formas de desarrollo sustentable. Este se define como *"el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades"* (Nuestro Futuro Común, 1987).

El tercero de los puntos anteriores es el argumento central del Informe Brudtland, en la medida en que demanda un nuevo estilo de desarrollo (desarrollo sustentable) que contemple una reorientación de la actividad económica de las naciones más avanzadas y un nuevo orden en las relaciones entre el Norte y el Sur. Para respaldar este señalamiento presenta un impresionante diagnóstico de la situación que guarda el planeta en los rubros siguientes:

Basura y desechos tóxicos

Contaminación del aire, el agua y el suelo

Agotamiento de recursos naturales

No renovabilidad de algunos recursos naturales

Pérdida de calidad de vida por deterioro de ambiente urbano y

Extinción de especies de plantas y animales silvestre

El Informe Brudtland es acogido por la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU) y se convierte en una referencia básica para todos los debates y propuestas que tuvieron lugar hacia el final de la década de los 80's.

Aquí es conveniente aclarar lo siguiente, es indiscutible la importancia y trascendencia del informe de referencia, por ser el primer pronunciamiento de un organismo mundial (ONU) a favor del desarrollo sustentable, pero no debe confundirse el primer pronunciamiento con el primer antecedente. Esto es lo que sucede a menudo cuando se hace referencia a los antecedentes del

desarrollo sustentable, se toma como punto de partida el Informe Brundtland, siendo que existen otros elementos previos, como los analizados en los apartados anteriores, que se deben considerar, ya que en conjunto dan origen a una primera apreciación de lo sustentable.

El avance de la causa ecologista logrado en la década de los ochentas, fue considerable, las condiciones estaban dadas para que por fin la humanidad atendiera esta problemática de urgente solución, pero desgraciadamente los gobiernos volvieron a sacrificar los problemas de largo plazo por los inmediatos, en ello tuvo mucho que ver la situación económica mundial de la época representada por:

- La insolvencia financiera de las naciones subdesarrolladas, motivada por su deuda externa, provocó una crisis de la banca mundial. Esto obligó la intervención del Fondo Monetario Internacional.
- El conflicto petrolero mundial, provocado por el enfrentamiento político de los países árabes (principales productores de petróleo) con EE.UU.
- La recesión económica mundial.
- El incremento del desempleo masivo en la mayor parte de los países del mundo.
- El recrudecimiento de la Guerra Fría (Rusia vs. Estados Unidos).

Por estas circunstancias, los procesos de cuidado ambiental nuevamente fueron dejados de lado, sin embargo, la fuerza de éstos era ya mucho mayor que en otros tiempos y su interés empezaba a generalizarse de cara al nuevo milenio.

Auge del enfoque sustentable (década de los 90's). En la última década del siglo XX, el interés por procurar un desarrollo vinculado al cuidado del medio ambiente, y la preocupación por detener la devastación de la tierra y sus recursos sufren un incremento, que se refleja en la realización de foros y asambleas a lo largo de estos años.

Un hecho importante de este tiempo, es la participación de América Latina y el Caribe en la lucha contra la contaminación ambiental, esto se concretiza en la fundación de la Comisión de Desarrollo y Medio Ambiente de América Latina y el Caribe, iniciativa promovida por el Banco Interamericano de Desarrollo. En este mismo sentido, algunos de los gobiernos de la región realizan varias Reuniones Ministeriales sobre el Medio Ambiente en América Latina y el Caribe. Uno de los principales logros de esas reuniones ministeriales fue la constitución de El Plan de Acción para el Medio Ambiente.

El punto culminante de la participación Latinoamericana en la cuestión ecológica, lo constituye sin duda, la organización en 1992, de la Conferencia de Río de Janeiro, Brasil, la que será conocida como “La Cumbre de la Tierra”. En dicha cumbre se identificaron tres grupos de problemas:

*La amenaza del cambio climático inducido ligado al modelo de desarrollo económico imperante

*La conservación de la biodiversidad y el crecimiento de la población.

*El calentamiento global no constituye una amenaza para la vida en el planeta, sino para el bienestar humano. Parar el calentamiento pasa por:

+ Detener las emisiones de dióxido de carbono aumentando la capacidad de océanos, bosques y algunos otros ecosistemas para absorberlo. Esto es difícil de imaginar con un crecimiento demográfico explosivo necesitado de territorios para asentamientos humanos, infraestructuras y espacios agropecuarios cada vez mayores.

+ Los países industrializados carecen de un modelo alternativo, ante este panorama se recomienda:

- Crecimiento económico en beneficio del progreso social, desde el respeto al Medio Ambiente.
- Política social que impulse la economía de forma armónica y compartida.
- Política Ambiental eficaz y económica que fomente el uso racional de los recursos.

A partir de este evento, la conciencia ecológica va a ir adquiriendo más adeptos, el concepto sustentable será más conocido y la política ambiental

estará incluida en los diferentes gobiernos de América Latina, éstos impulsarán a todos los niveles acciones encaminadas a la protección de la biodiversidad. Poco es lo que se logra al respecto, sin embargo el tema del medio ambiente adquiere mas presencia y tiene una mayor difusión.

En otras latitudes, la preocupación mundial por el medio ambiente, se reflejó en dos Programas de Naciones Unidas: Programa para el Medio Ambiente y Programa para el Desarrollo.

En esta época no solo los organismos multinacionales demuestran su interés por la cuestión ecológica, sino también la sociedad civil, la que en esta década tendrá una mayor participación que se refleja en la creación de más grupos

ecologistas, como es el caso de la Federación Nacional de la Vida Silvestre (NWF), el mayor grupo ambiental en los Estados Unidos, y uno de los más grandes del Mundo, el Consejo para la Defensa de los Recursos Naturales (NRDC) y el Fondo Mundial de la Vida Silvestre (WWF), entre otros.

A finales de los noventas, el movimiento ecologista mundial avanza en su organización y logra importantes niveles de consolidación, que se manifiestan en la realización de foros internacionales donde se abordan temas, tales como los cambios climáticos, el agotamiento de la capa de ozono, la contaminación de los mares, la destrucción de los bosques, el deterioro en la biodiversidad, las lluvias ácidas, los cambios en la calidad del agua y muchos otros, además de poner énfasis en la crítica a las políticas de desarrollo económico que no son compatibles con el medio ambiente, la transformación productiva con equidad y la reorientación de los modelos de crecimiento.

No hay que perder de vista que en los últimos años del Siglo XX, junto con el auge del movimiento ecologista, tiene lugar una mayor internacionalización de la economía, conocida esta, como globalización, ella influirá en la dinámica de dicho movimiento quedando de manifiesto en los tratados económicos de la época, tales como El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), el que establece por primera ocasión, la realización de una "Ronda Verde" de negociaciones comerciales; y el Tratado de Libre Comercio entre México, EE UU. y Canadá (TLC), el primer Tratado Comercial del Mundo en el que se incluye un lenguaje ecologista.

El desarrollo sustentable y el nuevo milenio. La lucha para proteger a la naturaleza mantiene una tendencia ascendente a partir de la década de los setentas, llegando al nuevo milenio con mayor ímpetu y con nuevos adeptos, hasta la fecha dos son los eventos mundiales más significativos, la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de Johannesburgo (2002) y la firma del Protocolo de Kyoto (2005).

Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible Johannesburgo 2002. Por iniciativa de las Naciones Unidas, se decidió que la Cumbre en Johannesburgo se llamara oficialmente Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, esta tuvo lugar en Johannesburgo, Sudáfrica, en septiembre del 2002, su propósito fundamental fue impulsar una serie de acciones que permitieran alcanzar el desarrollo sostenible en el siglo XXI y atender la problemática ambiental y de desarrollo de forma integral a nivel mundial, nacional y local. El orden del día de la cumbre mundial contempló los siguientes puntos:

1.-Ratificación de tratados internacionales

-Protocolo de Kyoto

-Protocolo de Cartagena sobre Bioseguridad

-Tratado Internacional sobre Recursos Genéticos de Plantas para la Alimentación y la Agricultura

-Convenio de Estocolmo sobre Contaminantes Orgánicos y Persistentes (COP)

-Convenio de Róterdam sobre consentimiento previo informado antes de exportar ciertos productos químicos peligrosos y plaguicidas

-Acuerdo de la ONU sobre recursos pesqueros que incluye varios planes de la FAO

-Convenio de Basilea sobre el transporte de residuos tóxicos y el

-Convenio europeo de Aarhus sobre el acceso a la información, que debería globalizarse.

2.-Acelerar la aplicación del Programa 21(ONU, División de Desarrollo Sostenible-Programa 21, 2003)

Los capítulos que integran la agenda 21 son:

Enfoque integrado de la planificación y la ordenación de los recursos de tierras; Lucha contra la deforestación; Desarrollo Sostenible de las zonas de montaña; Agricultura y desarrollo rural sostenibles; Lucha contra la desertificación y la sequía; Diversidad biológica; Océanos y mares; Agua dulce; y Productos químicos tóxicos, entre otros. (ONU, División de Desarrollo Sostenible-Programa 21, 2003)

Había grandes expectativas en torno a estos dos puntos del orden del día, se pensaba lograr un gran avance en favor del desarrollo sostenible, prueba de ello es lo siguiente.

Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas, resumió los progresos que esperaba ver en Johannesburgo en cinco esferas:

1. Agua y el saneamiento: Poner el agua potable al alcance de por lo menos 1.000 millones de personas que carecen de agua apta para el consumo y proveer de saneamiento adecuado a 2.000 millones de personas.
2. Energía: Dar acceso a la energía a 2.000 millones de personas que carecen de servicios modernos de

energía; promover las fuentes de energía renovables; reducir el consumo excesivo y ratificar el Protocolo de Kyoto para abordar la cuestión del cambio climático. La población de los países industrializados consume 10 veces más energía por habitante que la población de las regiones en desarrollo.

3. Salud: Abordar los efectos de los materiales tóxicos y peligrosos; reducir la contaminación del aire, que mata a tres millones de personas todos los años, y la incidencia del paludismo asociada con el agua contaminada y la falta de saneamiento.

4. Productividad agrícola: Trabajar para revertir la degradación de las tierras, frenar la erosión y la desertificación, que afecta aproximadamente a los dos tercios de las tierras agrícolas del mundo.

5. Diversidad biológica y ecosistemas: Revertir los procesos que han destruido aproximadamente la mitad de los bosques tropicales húmedos y los manglares de la Tierra, amenazan al 70% de los arrecifes de coral y están diezmando las pesquerías. Más de 11.000 especies están amenazadas de extinción, más de 800 ya se han extinguido y otras 5.000 podrían extinguirse, a menos que se adopten las medidas adecuadas. (<http://www.nodo50.org>, 2005).

Desgraciadamente poco fue lo logrado, esto debido a la oposición de Japón, Canadá, Australia, Rusia y, principalmente, EEUU.

Los documentos aprobados en la Cumbre no contienen compromisos concretos, ni fondos nuevos y

adicionales, por lo que puede hablarse de fracaso. El hecho más positivo es el anuncio de la ratificación del Protocolo de Kyoto por varios países, por lo que éste finalmente podrá ser ratificado, dejando aún más aislado a EE UU.

...El gobierno de George W. Bush se ha negado a ratificar el Protocolo de Kyoto y el Convenio de Biodiversidad, dedica apenas el 0,10% de su PIB a la ayuda oficial al desarrollo (en su casi totalidad armas para Israel y Colombia), no cumple sus compromisos financieros con la ONU y ha tratado de debilitarla una y otra vez. Desde el primer momento la administración de George W. Bush trató por todos los medios de hacer fracasar la Cumbre de Johannesburgo, y dado el

enorme poder de la única superpotencia, los resultados están a la vista (<http://www.nodo50.org>, 2005)

Una vez más, un intento por detener la destrucción de la naturaleza se ve obstruido y se tiene que seguir esperando para tomar las medidas correctivas necesarias. Esta derrota será aminorada por la firma del Protocolo de Kyoto.

Protocolo de Kyoto

Dado que la depredación de la biodiversidad es un problema global, las soluciones tienen que ser globales, no hay otra alternativa. Desde esta perspectiva se viene trabajando desde 1972, año en que se realizó en Estocolmo, Suecia, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano (primer foro internacional sobre la cuestión ambiental).

En este contexto surge el Protocolo de Kyoto, el que pretende llevar a la práctica un acuerdo multinacional que empiece a atacar a fondo la contaminación del medio ambiente, este esfuerzo se inicia en 1997 y cristaliza hasta 2005.

Establecido en 1997, el Protocolo de Kyoto es un tratado internacional cuyo objetivo principal es lograr que para 2008-2012 los países desarrollados disminuyan sus emisiones de gases de efecto invernadero a un 5 por ciento menos del nivel de emisiones de 1990. Si un país fallara en cumplir este mandato podría ser forzado a reducir su producción industrial. (<http://www.unfccc.int>, 2005)

Este tratado, que involucra a los 39 países industrializados, incluidos los del antiguo bloque socialista

obliga a limitar las emisiones conjuntas de seis gases (CO₂, CH₄, N₂O, compuestos perfluorocarbonados (PFC), compuestos hidrofluorocarbonados (HFC) y hexafluoruro de azufre) respecto al año base de 1990 para los tres primeros gases, y 1995 para los otros tres,

durante el periodo 2008-2012, con una reducción global acordada del 5,2% para los países industrializados. Las proporciones para según el país, sería la reducción de un 8% para el conjunto de la Unión Europea, un 7% para EE UU y un 6% para Japón. Ucrania, la Federación Rusa y Nueva Zelanda se comprometen a mantener sus emisiones de 1990. (<http://www.unfccc.int>, 2005)

El estudio que fundamenta el protocolo menciona que, si no se detiene el efecto invernadero que causan los gases señalados

Se pronostican olas de calor, inundaciones y sequías en caso de registrarse un aumento de entre 1 y 3.5 grados centígrados de la temperatura global promedio de la superficie terrestre para 2100 como lo señala el Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático creado en 1988 y encargado de alimentar con información científica al protocolo. (<http://www.unfccc.int>, 2005)

Para evitar los efectos antes mencionados, es necesario que entre en vigor el aludido protocolo, para ello tiene que

ser ratificado por 55 países, incluyendo aquellos responsables del 55 por ciento de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. Si bien hasta el 29 de septiembre de 2003, 84 países han firmado y 119 han ratificado o accedido al protocolo, la negativa de los Estados Unidos, responsable del 25 por ciento de las emisiones de estos gases, hace que el poder de ratificación recaiga en Rusia. (<http://www.unfccc.int>, 2005).

Por muchos años la alternativa para aminorar la contaminación que representa el Protocolo de Kyoto enfrentó una férrea oposición por parte de EEUU, Japón, Canadá, Australia y Rusia principalmente. Estos países eran los más reacios y los que más problemas venían planteando, inclusive EEUU anunció que se retiraba del Protocolo de Kyoto. Afortunadamente, todo llegó a feliz término y por fin el 15 de febrero de 2005 fue aprobado.

El Protocolo de Kyoto, el tratado medioambiental más ambicioso del mundo, entra hoy en vigor con las notables ausencias de Estados Unidos -el mayor contaminador- y Australia, en un intento de reducir las

emisiones de gases que provocan el efecto invernadero y calentamiento del planeta.

Hasta ahora, 141 países han firmado este instrumento de la Convención sobre los Cambios Climáticos de 1992, con la excepción de Estados Unidos y Australia, que alegan que el cumplimiento de estas condiciones pondría en peligro su crecimiento económico y dejaría en el desempleo a millones de trabajadores. (<http://www.jornada.unam.mx/2005/02/16/048n1soc.php>, 2005)

El balance de tres décadas de iniciativas sostenibles. De 1972 a la fecha varias y a todos los niveles han sido las iniciativas y acciones encaminadas a detener la destrucción de nuestro planeta, desafortunadamente poco es lo logrado y mucho lo destruido, esto debe ser conocido por todos, porque depende de la participación de toda la población para detener esta situación. Las secuelas de la contaminación ambiental deben ser difundidas ampliamente, para que sea la sociedad y no los políticos los que decidan cuando darle prioridad al asunto.

Hasta ahora los resultados son los siguientes:

Río-92 se celebró veinte años después de la Conferencia de Estocolmo de 1972. Treinta años después de Estocolmo y 10 de Río, los problemas sociales y ambientales, lejos de solucionarse, se han

agravado. La población supera los 6.200 millones de habitantes, el doble que en 1972, y hoy 800 millones de personas viven en la extrema pobreza. Las proyecciones muestran que la población mundial llegará a los 8.000 millones de habitantes para 2025 y a los 9.300 millones de habitantes para 2050, para estabilizarse en los 12.000 millones de personas a finales del siglo XXI...

Cada año se pierden 14,6 millones de hectáreas de bosques y miles de especies, reduciendo y erosionando irreversiblemente la diversidad biológica. La capa de ozono, a pesar del Protocolo de Montreal, no se recuperará hasta mediados del siglo XXI. El dióxido de carbono presente en la atmósfera (370

partes por millón) se ha incrementado en un 32% respecto al siglo XIX, alcanzando las mayores concentraciones en los últimos 20 millones de años, y hoy añadimos anualmente a la atmósfera más de 23.000 millones de toneladas de CO₂, acelerando el cambio climático. Se prevé que las emisiones de dióxido de carbono aumenten en un 75% entre 1997 y 2020. Cada año emitimos cerca de 100 millones de toneladas de dióxido de azufre, 70 millones de óxidos de nitrógeno, 200 millones de monóxido de carbono y 60 millones de partículas en suspensión, agravando los problemas causados por las lluvias ácidas, el ozono troposférico y la contaminación atmosférica local... La pesca excesiva, el sobrepastoreo, el consumo de leña, el empleo de plaguicidas y abonos, la contaminación, la producción de residuos y el crecimiento de las áreas metropolitanas, destruyen los recursos a un ritmo nunca conocido. Los cultivos transgénicos, inexistentes en 1992, hoy superan los 45 millones de hectáreas, y han surgido nuevas amenazas, como la nanotecnología y la ingeniería genética aplicada a los seres humanos. (<http://www.nodo50>, 2005)

Consideramos que la estructura que le hemos dado a los antecedentes y perspectivas del desarrollo sustentable, permite una mejor comprensión del tema, supera lagunas y aclara inexactitudes. Esto permite una mejor difusión del desarrollo sustentable.

1.2.3-Desarrollo Sostenible, concepto

En el análisis y la difusión del desarrollo sustentable existe un problema de inicio, el concepto de éste, hay confusión y distorsión en la conceptualización, por el desconocimiento de los antecedentes y la esencia económica del mismo.

En primer lugar, se presenta un concepto ambivalente ¿desarrollo sustentable o sostenible? Ambos términos se convierten en un cliché y tienden a ser usados y definidos de manera inconsistente; para algunos, no hay diferencia entre sustentable y sostenible; para otros, existen diferencias entre ambos términos pero no son convincentes en su fundamentación, se llega al grado de que cuando se navega en Internet, al utilizar algún buscador, si uno escribe sustentable, nos dice que es incorrecto, que lo correcto es sostenible.

Pensamos que el problema estriba, en el desconocimiento del contexto en el que surge el término sostenido. Este es un verbo utilizado por los economistas para explicar la relación que hay entre desarrollo económico y crecimiento económico, se dice que un país sólo puede llegar a ser desarrollado si mantiene un crecimiento económico sostenido durante varias décadas. Esto quiere decir, que una condicionante para salir del subdesarrollo, es que el Producto Interno Bruto (PIB) de la nación de que se trate, debe crecer año con año, durante toda una etapa histórica, se refiere pues, a un crecimiento constante y regular en el tiempo.

El problema se originó, cuando se observó que el ritmo creciente de la actividad económica, era uno de los principales causantes del deterioro ecológico y que dicha actividad no se puede detener, pero tampoco se puede seguir destruyendo a la naturaleza, aquí surgió la propuesta del Informe Brudtland de demandar un nuevo estilo de desarrollo que a la letra dice: "... mantener frente al crecimiento económico sostenido un desarrollo sostenible. Mientras el primero se refiere a un crecimiento constante y regular en el tiempo, el segundo implica necesariamente un freno al crecimiento de nuestras sociedades sobredesarrolladas." (Nuestro Futuro Común, 1987).

El párrafo anterior y el propósito de vincular al desarrollo con el cuidado de la naturaleza, es clave para aclarar las confusiones y distorsiones del concepto sustentable o sostenible, cuando se dice sostenible, significa que la economía debe continuar con la condición de mantener los recursos naturales y el equilibrio ecológico. Así lo dejan en claro las siguientes definiciones:

Entendemos por desarrollo sostenible, *"el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades"*. (Propuesta del Informe Brundtland)

"El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades". (Cumbre de Río de Janeiro)

Desarrollo sustentable es, "Atender las necesidades actuales sin sacrificar la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas" (Cumbre de Johannesburgo)

"Los sistemas productivos sustentables buscan realizar el potencial multifuncional de los recursos que los sostienen, esto es, brindar oportunidades sociales, ambientales y económicas para las generaciones presentes y futuras. Sustentabilidad significa utilizar el recurso sin reducir su stock físico" (Maser y Astier, 2000, p. 23)

." Sociedad sostenible, esa que al paso del tiempo no agota su base de recursos al exceder la producción sostenible ni produce más contaminantes de los que puede absorber la naturaleza" (Nebel y Wrigth, 2002, p. 45).

“Decir que un sistema o proceso es sustentable significa que puede continuar de manera indefinida sin agotar nada de los recursos materiales o energéticos que necesita para funcionar” (Field, Barry, 2003, p. 31)

En las definiciones antes expuestas, se observa que los diferentes estudiosos del tema utilizan de manera indistinta el término sustentable o sostenible para referirse a la imperiosa necesidad de detener la contaminación ambiental, mediante la práctica de actividades económicas que no destruyan el entorno ecológico. En esto reside la importancia de la sustentabilidad, por lo que resulta ocioso ponerse a discutir cual de los dos conceptos es el correcto.

1.2.4. Desarrollo sustentable, el modelo

Hasta la fecha, no existe un modelo de desarrollo sustentable universalmente aceptado, sólo se cuenta con lineamientos generales a seguir y algunas propuestas de un paradigma posible.

Desde nuestra perspectiva, el punto de partida para construir un modelo de desarrollo sustentable es el Programa (agenda) 21. Dicho programa fue aprobado en 1992 por la Asamblea General de Naciones Unidas, reunida para la ocasión en Río de Janeiro, Brasil, denominada oficialmente la Conferencia de Naciones Unidas para Medio Ambiente y Desarrollo. El contenido de la mencionada agenda esta conformado por las secciones y capítulos siguientes.

SECCION PRIMERA	SECCION SEGUNDA	SECCION TERCERA	SECCION CUARTA
<i>Dimensiones sociales y económicas</i> 1. Cooperación internacional 2. Lucha contra la pobreza 3. Cambio de las modalidades de consumo 4. Dinámica demográfica y desarrollo sostenible 5. Protección y fomento de la salubridad 6. Modalidad viable para los asentamientos humanos	<i>Conservación y gestión de los recursos</i> 9. Protección de la atmósfera 10. Ordenamiento sostenible de tierras 11. Lucha contra la deforestación. 12. Lucha contra la desertificación 13. Desarrollo sostenible de zonas de montaña 14. Agricultura y desarrollo sostenible. 15. Conservación de la diversidad	<i>Fortalecimiento del perfil de grupos principales</i> 23. Preámbulo al fortalecimiento de la función de los principales grupos sociales 24. La mujer y el desarrollo sostenible 25. Los niños y los jóvenes en el desarrollo sostenible 26. Fortalecimiento de la función de las poblaciones indígenas 27. Asociación con las ONG 28. Las autoridades	<i>Medios para la puesta en práctica</i> 33. Financiación del desarrollo sostenible 34. Transferencia de tecnología 35. La ciencia en el desarrollo sostenible 36. Educación, formación y concientización 37. Fomento de la capacidad para lograr el desarrollo sostenible 38. Organización para lograr el desarrollo

7. Adopción de decisiones con miras a un desarrollo sostenible.	biológica 16.Gestión de la biotecnología 17.Protección y gestión de los océanos 18.Protección y gestión de los recursos de agua dulce 19.Utilización segura de productos químicos tóxicos 20.Gestión de los desechos peligrosos 21.Gestión de los desechos sólidos y aguas residuales 22. Gestión de los desechos radiactivos.	locales 29. Los trabajadores y los sindicatos 30. El comercio y la industria 31. La comunidad científica y tecnológica 32.Fortalecimiento de la función de los agricultores.	sostenible 39. Derecho Internacional 40. Adopción de decisiones informadas.
---	---	--	---

Los 40 capítulos del programa (agenda 21) antes referidos, contemplan los aspectos que se deben considerar para implantar el desarrollo sostenible, motivo por el que deben ser la base para formular cualquier propuesta de modelo. Algunas propuestas concretas, donde se consideran tales lineamientos, son las siguientes:

La ONG denominada Perú Ecológico, propone un paradigma basado en cuatro componentes esenciales: el ambiental, el social, el científico-tecnológico y el económico, fundamentándolos de esta manera.

1. El componente ambiental se refiere prioritariamente a conservar el medio ambiente y los recursos naturales; mejorar o mantener el flujo de energía y materia en los ecosistemas; preferir el uso de insumos endógenos en vez de los exógenos; y manejar el ambiente natural, los recursos naturales, y usarlos con previsión.

2. El componente social se refiere a las premisas siguientes: basar el desarrollo al máximo en las poblaciones

locales y sus logros, poner restricciones al crecimiento de la población (porque en una "Tierra finita la población no puede crecer de manera indefinida"), y ser más participativo e involucrar a los pobladores locales en las decisiones que les afecten.

3. El componente tecnológico considera una rápida transformación de la base tecnológica de la civilización industrial, con nuevas tecnologías más limpias, más eficientes y de ahorro de recursos naturales, mitigando los impactos sobre el ambiente.

4. El componente económico busca que el crecimiento económico esté subordinado al mantenimiento de los servicios ambientales, contemple la equidad con las generaciones presentes (equidad intrageneracional) y con las futuras (equidad intergeneracional), y oriente el crecimiento económico hacia la calidad del mismo y la distribución de la riqueza generada." (peruecologico.com, 2005)

Un planteamiento de más amplio espectro propone, en primer lugar, las condiciones de el modelo, al respecto señala "El desarrollo sustentable, para serlo y diferenciarse del simple crecimiento, tecnificación, industrialización,

urbanización, o aceleración de los ritmos, debe satisfacer ciertas condiciones, además de ser endógeno, es decir nacido y adecuado a la especificidad local, y autogestionado, es decir, planificado ejecutado y administrado por los propios sujetos del desarrollo" (<http://www.eclac.cl>, 2005)

En segundo lugar, establece las dimensiones del modelo que son:

Sustentabilidad económica, para disponer de los recursos necesarios para darle persistencia al proceso;

Sustentabilidad ecológica, para proteger la base de recursos naturales mirando hacia el futuro y cautelando, sin dejar de utilizarlos, los recursos genéticos, (humanos, forestales, pesqueros, microbiológicos) agua y suelo;

Sustentabilidad energética, investigando, diseñando y utilizando tecnologías que consuman igual o menos energía que la que producen, fundamentales en el caso del desarrollo rural y que, además, no agredan mediante su uso a los demás elementos del sistema;

Sustentabilidad social, para que los modelos de desarrollo y los recursos derivados del mismo beneficien por igual a toda la humanidad, es decir, equidad;

Sustentabilidad cultural, favoreciendo la diversidad y especificidad de las manifestaciones locales, regionales, nacionales e internacionales, sin restringir la cultura a un nivel particular de actividades, sino incluyendo en ella la mayor variedad de actividades humanas;

Sustentabilidad científica, mediante el apoyo irrestricto a la investigación en ciencia pura tanto como en la aplicada y tecnológica, sin permitir que la primera se vea orientada exclusivamente por criterios de rentabilidad inmediata y cortoplacista. (<http://www.eclac.cl>, 2005)

Las propuestas anteriores, aunque no constituyen todavía modelos acabados y aceptados ampliamente, son argumentos muy ilustrativos y enriquecedores, que sirven para ampliar los conocimientos y el dominio del tema. Esto puede permitir una mejor difusión del desarrollo sustentable.

1.3-Comunicación y desarrollo sostenible

La devastación ecológica avanza por todos los rincones de nuestro planeta y las acciones que se realizan para detenerla son limitadas y aisladas, entre otras cosas, por la visión unidisciplinaria del fenómeno.

La complejidad de la problemática ambiental impulsa el surgimiento de nuevos campos de conocimiento, entre ellos, las denominadas Ciencias Ambientales. Esto no basta. Se requiere de realizar diversas tareas y de análisis multidisciplinarios.

Ante esta situación, las Ciencias de la Comunicación no pueden permanecer ajenas, están obligadas a participar en la tarea histórica que le encomienda la realidad ambiental y su deber es contribuir, desde la perspectiva comunicacional, con alternativas de solución.

Siendo consecuentes con lo anterior, la pretensión de este trabajo, es precisamente, la búsqueda de formas o alternativas de aplicación de la comunicación, para impulsar el desarrollo sostenible en la región donde se localiza la Universidad Veracruzana. En el capítulo 3 se presenta un ejemplo concreto de ello.

Considerando, que las claves necesarias de la mencionada búsqueda, se encuentran: en la Comunicación para el desarrollo; en las Políticas de Comunicación para el desarrollo; y en la Comunicación Participativa y los Proyectos interactivos, abordaremos tales aspectos a continuación.

1.3.1. Comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo, se empieza a abordar como tal, de manera sistemática, a partir de finales de la década de los cincuentas. De estos años, hasta mediados de los setentas, el aspecto central de la misma, descansó en la convicción de que los medios masivos de comunicación, son capaces de lograr que los países subdesarrollados, alcancen en pocas décadas, lo que las potencias occidentales habían logrado a través de siglos.

La idea de una comunicación para el desarrollo y lo que ésta ofrecía, resultó impactante, razón por la cual, fue ampliamente aceptada, por los estudiosos de las cuestiones comunicacionales de la época. Sin embargo, las contradicciones que ésta contiene y las circunstancias políticas del momento, la introdujeron a un proceso de evolución que se puede delimitar, hasta la fecha,

en tres etapas: inicio, estancamiento y nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo.

1.3.1.1. Los difusionistas, iniciadores de la comunicación para el desarrollo

Los pioneros de la comunicación para el desarrollo fueron Wilbur Schramm, Daniel Lerner y Everett Rogers, entre otros. En esencia, el aspecto central de la propuesta de estos autores, es que la modernización de los países subdesarrollados, se logra mediante la difusión de innovaciones, a través de los medios masivos de comunicación. De aquí el termino de difusionistas.

Wilbur Schramm (1907-1987). Fue catedrático de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Stanford, en 1964 publicó el libro titulado “Medios masivos y desarrollo nacional “, en el analiza, tanto la problemática de la comunicación de desarrollo, como la comunicación de apoyo al desarrollo. Este texto armó

las bases teóricas para el uso de la comunicación social al servicio del desarrollo.

El estudio surgió a partir de una recomendación de la Conferencia General de la UNESCO, de 1962, en ella se recomienda que “un especialista debería encargarse de examinar el papel de los vehículos de masa en la promoción del progreso económico y social, reuniendo los resultados de los tres simposios regionales realizados entre 1960 y 1962” (<http://www.UNESCO%2C+Wilbur+Schramm, 2006>).

Wilbur Schramm es el especialista al que se le asigna la tarea mencionada, el cual para cumplir con la encomienda, se basa en la teoría de las etapas del crecimiento de Rostov, quien plantea que el desarrollo económico se logra, cuando un país cumple con cinco etapas, a saber: la sociedad tradicional;

condiciones para el despegue; el proceso de despegue; el camino hacia la madurez; y una sociedad de alto consumo masivo.

Establecida la base anterior, Wilbur Schramm señala seis condiciones previas para lograr el desarrollo nacional apoyado en la comunicación.

La comunicación debe emplearse:

- < Para contribuir al sentimiento de nacionalidad
- < Como la voz de la planificación nacional
- < Para ayudar a enseñar las destrezas necesarias
- < Para ayudar a ampliar el mercado
- < Para ayudar a la gente a representar sus nuevos papeles y
- < Para preparar a la gente a representar su papel como nación entre naciones

Para poder cumplir con estas condiciones, es necesario, utilizar el potencial de los medios de comunicación, para el necesario cambio de actitudes y conductas de los habitantes de los países subdesarrollados a favor de la modernización.

Daniel Lerner (1917-1980). Sociólogo, impartió docencia en la Universidad de Columbia, Stanford y en el Massachusetts Institute of Technology (MIT); realizó diversas investigaciones y publicaciones en coordinación con Lasswell, Lazarsfeld, Robert Merton y Wilbur Schramm. La obra principal de Lerner, publicada en 1958, fue "la extinción de la sociedad tradicional",

En la obra mencionada, el autor sostiene, que se puede lograr el desarrollo económico, mediante el impulso de innovaciones, a través de los medios de

comunicación, especialmente mediante el uso de la televisión. Asimismo, de esta manera, es posible conseguir una influencia positiva de estímulos y la transmisión de conocimiento capaz de remover los estados psicológicos y culturales del subdesarrollo. Esto es, crear, entre los habitantes de los países atrasados, ideas favorables a la modernidad de las sociedades más avanzadas.

Para Lerner, la comunicación juega un papel determinante en la modernización, en la medida en que la acción de los medios, sumada a la educación y la urbanización, se convierte en el factor que acelera la transformación de las sociedades atrasadas. Esta transformación no sólo contempla la mejora económica, sino también el avance de la democracia.

En relación con la teoría de las etapas del crecimiento de Rostow, Daniel Lerner, sostiene que la acción de los medios puede actuar de catalizador para acortar las fases y crear un ambiente propicio que asocie la modernización a la idea de un cambio necesario.

Everett Rogers (1931-2004). Docente de seis universidades norteamericanas y seis universidades de Europa, su obra principal fue el texto titulado: *Difusión de innovaciones*. En este libro desarrolla un planteamiento que denomina la teoría de las innovaciones, en ella describe las etapas de comportamiento por las que pasa el adoptante de algo nuevo; las condiciones sociales favorables para la adopción de innovaciones; y las características que influyen en el comportamiento de individuos y comunidades en los procesos de difusión.

En la teoría de referencia, basada principalmente en la investigación sociológica de sociedades agrarias, sostiene que la modernización es un

proceso de difusión en el que las personas transitan de un sistema de vida tradicional a otro más complejo, técnicamente más desarrollado y rápidamente cambiante. Por esta razón, este enfoque centra su análisis en el proceso de difusión y adopción de innovaciones de forma más sistemática y planificada.

Rogers, inicialmente, distingue cinco etapas en el proceso de difusión: conocimiento, interés, evaluación, prueba y adopción. En la primera etapa del proceso, los medios masivos juegan el rol principal.

En 1976 se edita la segunda edición del libro de Rogers, en este el autor modifica su planteamiento original, señalando que sólo hay cuatro etapas en el proceso de difusión y adopción:

- (a) El conocimiento de la innovación en sí misma (información),
- (b) la comunicación de la innovación (persuasión),
- (c) la decisión de adoptar o rechazar la innovación (adopción o rechazo), y
- (d) la confirmación de la innovación por parte del individuo.

Los planteamientos de Wilbur Schramm, Daniel Lerner y Everett Rogers guardan una continuidad y sobre todo se complementan, llegando a conformar, por tal motivo, la corriente difusionista, la cual no logró sus propósitos por errores de apreciación como: considerar que, la comunicación por si misma, podría contribuir a solucionar el atraso económico de los países subdesarrollados; tratar de imponer a la sociedad norteamericana como paradigma de desarrollo económico universal; creer que existe incompatibilidad entre tradición y modernidad, al pensar que los valores tradicionales y modernos son mutuamente excluyentes, lo que conduce a no respetar los valores y las culturas autóctonas; aplicar una comunicación vertical y

persuasiva, así como utilizar únicamente los medios institucionales, desechando el uso de medios alternativos y prácticas participativas. Esto impidió que la comunicación para el desarrollo fuera una realidad.

1.3.1.2. Estancamiento de la comunicación para el desarrollo

A partir de los primeros años de la década de los setentas, se presentan sólidas manifestaciones que critican el poder hegemónico que ejercen los países ricos sobre los considerados pobres, por ello, aquellos, son caracterizados como imperialistas. Dichas manifestaciones son representadas, en el terreno comunicacional, por la Teoría Crítica (en una vertiente conocida como Imperialismo Cultural) y, en el campo político, por el movimiento de los países no alineados y el llamado a un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, entre otros. Estas circunstancias impulsan un sentimiento antiimperialista que recorre las naciones subdesarrolladas de los diversos continentes. Tal situación, ocasiona una ola de rechazo, a los planteamientos difusionistas, en la medida en que éstos son asociados a los intereses imperialistas, ello, más los errores de apreciación de los mismos (explicados en el apartado anterior), motivaron que la comunicación para el desarrollo entrara en un periodo de estancamiento.

El imperialismo cultural, el fracaso del desarrollo, el movimiento de los países no alineados y el llamado a un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, requieren de más detalles, para conocer el grado de injerencia que tuvieron en la evolución de la comunicación para el desarrollo, pero sobre todo la que siguen teniendo en el presente y en lo futuro, en la medida en que ello pone en juego la factibilidad de una comunicación para el desarrollo, razón por la cual abordaremos, a continuación, de manera puntual estos aspectos.

Imperialismo cultural. Durante las décadas de los 60 y los 70 en Europa, tiene lugar el periodo de mayor florecimiento de la llamada Teoría Crítica o Escuela de Frankfurt, cuyos iniciadores: Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse y Benjamín, coinciden en cuestionar, las diversas formas de dominio sobre el hombre y las estructuras sociales que reprimen las auténticas necesidades humanas. Los movimientos totalitarios y fascistas, dicen: son el ejemplo claro del dominio sobre el hombre y del sometimiento de éste a los valores del grupo.

El dominio y la represión, agregan, se ejercen mediante el proceso de industrialización de una cultura de masas, dicho proceso se manifiesta en grandes volúmenes de producción de productos culturales (libros, discos, películas, periódicos, comics y música, entre otros) que tienen como fin satisfacer las necesidades del mercado, más que una preocupación por el desarrollo cultural de la sociedad.

En la década de los 70 en América Latina, Armand Mattelart, Ariel Dorfman, Luis Ramiro Beltrán, Bernal Sahún, Reyes Matta y otros, identificados todos ellos con la Teoría Crítica, aplican la misma para analizar la realidad concreta latinoamericana, para ello realizan diversos trabajos bajo un enfoque que denominan: Imperialismo Cultural. Estos trabajos pretenden demostrar que los países imperialistas, no sólo ejercen su hegemonía económica sobre las naciones en desarrollo, sino también en lo cultural.

Estos autores, sostienen, que las naciones colonialistas, principalmente Estados Unidos, tienen como finalidad, apoderarse de los países atrasados, establecer en ellos un régimen colonial, sustraer sus recursos naturales y sus

materias primas; explotar la fuerza de trabajo de sus habitantes; y tenerlos como mercados para sus diversos productos y servicios. Esta política colonialista, señalan, solo es factible, si aparte de lo económico, se abarca lo cultural, en la medida en que a través de ello, se puede crear, entre la población de los pueblos sojuzgados, una corriente de opinión favorable a la ocupación, evitando de esta manera, descontentos y movimientos nacionalistas que terminen en levantamientos armados en contra de tal situación.

Las costumbres, creencias y tradiciones, plantean los autores del Imperialismo Cultural, son los valores que sostienen los nacionalismos de los países subdesarrollados y éstos, señalan, están siendo socavados por el Imperialismo, para que ello, les permita desarrollar y mantener su dominación sobre las naciones pobres, de lo que se trata, dicen, es extirpar el nacionalismo de esos pueblos, mediante un proceso de aculturamiento, a través del consumo de los productos culturales de las grandes potencias, como son: los programas de televisión, las películas, las revistas, los libros, los discos y todas aquellas mercancías de este tipo, que puedan inducir, en los pueblos receptores, comportamientos favorables a los intereses imperialistas.

Dado el origen norteamericano de Wilbur Schramm, Daniel Lerner y Everett Rogers, su corriente difusionista es asociada a los intereses estadounidenses, razón por la que queda atrapada en la conceptualización del imperialismo cultural, lo que ocasiona una ola de rechazo hacia la misma, constituyéndose tal hecho, en un elemento más que ocasiona el estancamiento de la comunicación para el desarrollo.

El fracaso del desarrollo. En el periodo comprendido, entre finales de la Segunda Guerra Mundial y mediados de la década de los 70, Estados Unidos, encabezando a sus aliados, impulsa diversas acciones, encaminadas a procurar el desarrollo económico de los países atrasados, entre ellas la creación de algunos organismos multinacionales como los siguientes (orden cronológico):

El Banco Mundial (BM). Fue creado en 1944, su propósito es proporcionar financiamiento y apoyo económico a las naciones en desarrollo, con la finalidad de reducir la pobreza.

El Fondo Monetario Internacional (FMI). Fue fundado el 22 de julio de 1944, en sus estatutos se establece como objetivos principales la promoción de políticas cambiarias sustentables a nivel internacional, facilitar el comercio internacional y reducir la pobreza.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU). Fue fundada oficialmente el 24 de octubre de 1945, sus objetivos generales son: facilitar la cooperación entre las naciones en asuntos como la legislación internacional, la seguridad internacional, el desarrollo económico y el progreso social y los derechos humanos.

Para cumplir con sus tareas de impulso al desarrollo, la ONU cuenta con Programas y fondos, tales como, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), así como el Consejo Económico y Social.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, siglas de Food and Agriculture Organization). Organización específica de la ONU, fundada en 1945, su objetivo es promover el desarrollo y mejoramiento de la población rural, mediante la realización de programas que eleven los niveles de nutrición y de vida, así como a través de eficientar la producción, elaboración, comercialización y distribución de alimentos y productos agropecuarios de las granjas, bosques y pesquerías, de las sociedades atrasadas.

El Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (*BIRF*). Creado en 1945, su objetivo es la reducción de la pobreza en los países subdesarrollados.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (*CEPAL*). Fundada en 1948, es un organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas y tiene como responsabilidad promover el desarrollo económico y social de la región. Promotora del modelo de sustitución de importaciones en Argentina, Chile, Uruguay, Brasil y México.

La Corporación Financiera Internacional (*CFI*). Creada en 1956, su objetivo es promover el desarrollo económico de los países atrasados a través del sector privado. Los socios comerciales invierten capital en las empresas privadas de los países en desarrollo.

El Banco Interamericano de Desarrollo (*BID*). Fue fundado en el año de 1959 con el propósito de financiar proyectos de desarrollo económico, social e institucional, así como promover la integración comercial regional en el área de América Latina y el Caribe. Su objetivo central es reducir la pobreza en Latinoamérica y El Caribe.

La Asociación Internacional de Fomento (*AIF*). Creada en 1960, está constituida por 164 países, los que realizan aportaciones que sumadas a los fondos que

otorga el Banco Mundial para el efecto, se destinan para apoyos financieros para los 78 países considerados más pobres.

Todos los organismos enlistados anteriormente, coinciden en dos propósitos a cumplir: impulsar el desarrollo económico de las naciones atrasadas y reducir la pobreza de la población de las mismas.

A treinta años de distancia, aproximadamente- tomando como punto de partida la creación del Banco Mundial (1944) y como punto de corte la crisis mundial de mediados de los 70-de tratar de cumplir con dichos propósitos, los resultados fueron: el fracaso del desarrollo, debido a circunstancias como las siguientes:

El impulso al desarrollo de las economías atrasadas, se subordina a las políticas de industrialización de las naciones ricas y a las necesidades de su mercado. Dicha política, establece una división internacional del trabajo, que convierte a los subdesarrollados en un mero eslabón de la cadena productiva, siendo el caso más representativo de ello, la industria maquiladora.

Asimismo, se favorece la reubicación, en países en desarrollo, de empresas trasnacionales que utilizan residuos peligrosos o tóxicos y de aquellas que más contaminan el ambiente.

En la agricultura, mediante la llamada “revolución verde”, se alienta el reemplazo de la producción de subsistencia, por el cultivo de materias primas agrícolas para la industria mundial, y por la siembra de productos del campo, (de exportación) para la satisfacción de las necesidades alimentarias de las sociedades industrializadas. Las mejores tierras de labranza y la tecnología

agrícola más avanzada, se destinan para este fin y se descuida la producción de alimentos para la población subdesarrollada.

La implementación de la “revolución verde”, en los territorios subdesarrollados, implicaba, también, una reforma radical de la política agrícola de los mismos, así como la utilización, en éstos, de técnicas agrícolas no sustentables; la obligación de exportar la mayor parte de la producción, acompañado del

compromiso de comprarle a las empresas trasnacionales los pesticidas y abonos químicos necesarios, sólo de esta forma se podía ser sujeto de financiamiento.

En el periodo de referencia, se construyen, en múltiples puntos de la geografía del subdesarrollo, obras de infraestructura financiadas por el Banco Mundial, principalmente, enormes represas como la hidroeléctrica de Itaipú en Brasil; la hidroeléctrica Bhumibol en Tailandia; la hidroeléctrica Tarjeta en Pakistán; la represa Pak Mun en Tailandia y la hidroeléctrica de Chicoasén, Chiapas, México, entre otras.

Los beneficios que estas obras aportaron para algunos, para otros, los que habitaban las tierras donde se edificaron las cortinas y los embalses de las presas, resultaron una calamidad, manifiesta, primero, en un desplazamiento forzoso de las comunidades y, segundo, la reubicación de los campesinos desplazados en áreas lejanas, más pobres y de menor rendimiento agrícola. Además, asentar a miles de personas- sólo 300 mil en Pakistán, 60 mil en Brasil y 20 mil en México-en otros lugares, trajo como consecuencia la devastación de los bosques y serios daños al medio ambiente. Ejemplo de ello es Brasil, donde la reubicación de los afectados de la hidroeléctrica de Itaipú, produjo la deforestación de la selva tropical, en un área equivalente a la extensión del territorio de Gran Bretaña (<http://www.imacmexico.org/file>, 2007.).

La construcción de las obras antes referidas y la realización de diversas acciones, para impulsar el desarrollo en los países atrasados, fueron financiadas con préstamos otorgados por las diferentes agencias multinacionales, principalmente el Banco Mundial, ello condujo a un considerable endeudamiento, agravado por el dispendio y malversación de los recursos, por parte de los gobernantes de los países receptores, pero sobre todo, por la política crediticia leonina del Banco Mundial, la que con unos cuantos ejemplos, como los siguientes, queda en evidencia.

Hasta 1962, el Banco Mundial (creado en 1944), no otorgó un sólo préstamo para construir una escuela, un centro de salud o cualquier obra de tipo social, su criterio era prestar para proyectos específicos como una carretera, infraestructura portuaria, una presa, tecnificación agrícola, promoción de cultivos de exportación, ferrocarriles y electrificación, entre otros; de manera marginal se destinaba dinero para impulsar la modernización de la industria local de transformación. Esta política parcial de financiamiento, tenía como meta, crear la infraestructura que requerían las empresas trasnacionales, para asentarse en las distintas naciones en desarrollo.

Asimismo, con los créditos del Banco Mundial, se buscaba crear las condiciones necesarias, para que los subdesarrollados estuvieran en capacidad de exportar materias primas, combustibles y productos agrícolas, que los países industrializados requerían.

Además, el financiamiento se otorgaba, con la condición de que los países receptores, lo gastaran en adquisiciones de bienes y servicios, producidos por

las empresas multinacionales de las naciones poderosas, llegando al extremo de que tal financiamiento, casi era recibido en especie. Esta práctica fue definida, por algunos críticos, como “prestamos atados”.

La historia del Banco Mundial es rica en prácticas como las antes comentadas y nos faltaría espacio para describirlas, pero como dice la filosofía popular: para muestra basta un botón.

En el terreno social y político, los cambios que ofrecía la sociedad industrializada no llegaron, en la medida en que el apoyo financiero que proporcionaron, por décadas, los organismos multinacionales que fueron creados para tal efecto, sirvió para sostener regímenes antidemocráticos, dictaduras militares en la mayoría de los casos, afines a los intereses imperialistas. Las dictaduras de todo tipo, durante la década de los 70, florecieron por todas partes del mundo (cuadro No 1), porque estaba en su apogeo la Guerra Fría y los movimientos de liberación nacional y la movilización de la sociedad a favor de cambios democráticos.

Naciones que tuvieron una dictadura militar

(Hasta mediados de la década de los 70)

Región Geográfica				
África	Asia	Caribe	Europa	Latinoamérica
Argelia	Bangladeh**	Dominicana	España	Argentina
Burkina Faso *	Filipinas**	Haiti	Grecia	Bolivia
R. Centroafricana	Indonesia**		Portugal	Brasil
Rep. del Congo	Pakistan***			Chile
Guinea Ecuatorial	Turquia****			El Salvador
Etiopia				Guatemala
Mauritania				Honduras
Madagascar				Panamá
Niger				Paraguay
Nigeria				Perú
Somalia				Uruguay
Sudan				
Uganda				

Fuente: Cuadro elaborado con información de la página

http://es.wikipedia.org/wiki/Dictadura_militar

Nota: La mayor parte de los dictadores militares latinoamericanos fueron formados en la Escuela de las Américas (en inglés: School of the Americas),

* Antes Alto Volta

** Sudeste de Asia

*** Centro-Sudeste de Asia

**** 97% de su territorio se localiza en Asia y 3% en Europa

Ante este panorama, a mediados de la década de los 70, las tasas de desarrollo se derrumbaron; la deuda externa de los países pobres alcanzo límites alarmantes; crece, en los mismos, el desempleo; se desencadena un proceso inflacionario persistente; la moneda, de las economías atrasadas, sufre devaluaciones recurrentes; y se concentra la riqueza en manos de las oligarquías locales, entre otras cosas; tal situación, se ve agravada, por la crisis del petróleo, de esa época, que sacudió a las naciones desarrolladas y repercutió en las subdesarrolladas.

Finalmente, todas estas variables, terminan afectando a amplios sectores de la población de las sociedades en desarrollo, desencadenando movimientos políticos diversos como: manifestaciones populares y estudiantiles; protestas pacifistas (guerra de Vietnam); y movimientos guerrilleros (todo el continente latinoamericano). En este contexto se fortalece el Movimiento de los Países No Alineados, de donde surge, entre otras cosas, el llamado a un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación.

El Movimiento de los Países No Alineados. En la década de referencia, Mao Tse Tung, presidente de China de esos años, desarrolla una tesis que denomina la teoría del tercer mundo, la que desde la perspectiva del desarrollo económico alcanzado por las diferentes naciones, en esencia señala, que existen tres mundos: el mundo capitalista (países altamente industrializados), el mundo socialista (países socialistas) y el tercer mundo (países subdesarrollados). En este tenor, pero desde un enfoque político distinto, se forma el Bloque de Países no Alineados, cuyos antecedentes históricos son los siguientes.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial (1944), quedan fortalecidos, políticamente, dos países: Estados Unidos y la Unión de Republicas Soviéticas Socialistas (URSS-Rusia-). En torno a estos; por el lado norteamericana, se aglutinaron Francia e Inglaterra, inicialmente, y a lo largo de los años se irán uniendo, paulatinamente, los países capitalistas altamente industrializados, inclusive los derrotados de la guerra, Alemania y Japón; por el lado soviético, se integran todos los países de Europa Oriental y, en su momento, Cuba, Vietnam y otros. De esta manera, se forman dos bloques: el bloque de países capitalistas y el bloque de países socialistas.

Estos bloques, mantendrán, desde 1944 hasta la caída del muro de Berlín (1989), una lucha encarnizada por imponer, en el ámbito mundial, sus condiciones políticas y económicas, utilizando para ello, desde la diplomacia, hasta la presión de las armas nucleares, sin llegar, nunca, a una confrontación armada directa, entre los líderes de cada bloque, razón por la cual a esta lucha, se le denominó “Guerra Fría”.

Algunas de las naciones que se mantuvieron al margen de la confrontación mencionada, decidieron formar una agrupación que les permitiera mantener una posición independiente y que reflejara sus intereses y características de naciones militarmente débiles y económicamente subdesarrolladas. A esta nueva agrupación le dieron el nombre de Movimiento de Países No Alineados (NOAL o MPNA), quedando oficialmente constituido, en la Conferencia de Belgrado (1961) a la que asistieron 25 países, los que acordaron adoptar como la plataforma política del movimiento, a los **“Diez Principios de Bandung”** (<http://www.cubaminrex.cu/Multilaterales/politicos/MNOAL%20INTRO.htm#5#5>, 2007) , a partir de los cuales se fueron definiendo sus objetivos, que son: la

autodeterminación de los pueblos; la independencia frente a las dos superpotencias; el rechazo a los pactos militares multilaterales y al establecimiento de bases militares extranjeras; la lucha contra todo tipo de imperialismo; la reprobación absoluta de la política del Apartheid; la búsqueda de la paz mundial, a través del desarme; el establecimiento de relaciones internacionales justas y equitativas; la consolidación de las Naciones Unidas; el impulso del desarrollo socioeconómico; y la entrada en vigor de un nuevo orden económico mundial.

De 1961 a 2006, el Movimiento de Países No Alineados, ha realizado catorce Conferencias Cumbre. Sin embargo, el periodo comprendido de 1964 a 1976 (fracaso del desarrollo), fue el de mayor florecimiento y resonancia, en la medida, en que durante ese tiempo, contribuye a la descolonización de África, a la consumación de la independencia de varios países y al fortalecimiento de movimientos nacionalistas en contra del imperialismo.

El Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). La IV Conferencia Cumbre del Movimiento de los Países No Alineados, realizada en Argel en 1973, se pronunció en pleno, a favor de forjar un "Nuevo Orden Internacional de la Economía" aparejado con un "Nuevo Orden Internacional de la Información".

La exigencia de un nuevo orden económico, buscaba terminar con el régimen colonial al que estaban sometidos, los países del continente africano y del sudeste asiático, entre otros, así como terminar, con la política financiera arbitraria, que ejercían las naciones poderosas sobre las débiles, a través de las agencias internacionales para el desarrollo; y acabar con el intercambio

desigual, que se da, entre las naciones altamente industrializadas y las no industrializadas, mediante el comercio exterior, entre otras.

El llamado a un nuevo orden de la comunicación, asumía como propósito, concluir con el flujo desequilibrado y antidemocrático de la información, que se manifestó principalmente, en la concentración, en grado extremo, de la propiedad de los recursos mediáticos y la manipulación de los medios y contenidos de la información, a favor de los países avanzados y en menoscabo de los rezagados. Dicha situación se caracterizaba por lo siguiente:

- 1.- Los países avanzados, especialmente E. U. A., controlan el flujo de la información mundial, mediante:
 - + Las agencias de noticias como: ap, upi, afp y reuter, entre otras. La mayoría de ellas de nacionalidad Norteamericana.
 - + Las agencias transnacionales de publicidad, cuyas más importantes son Estadounidenses
 - + La exportación de material cinematográfico. La meca del cine es Hollywood, quien domina el mercado mundial de esta industria
 - + Las exportaciones televisivas y discográficas. Hollywood es el principal productor mundial de programas de TV y las empresas disqueras mas importantes son de E. U. A.
 - + El control de los satélites y de las tecnologías más avanzadas de la información y la comunicación. El mayor número de satélites que circundan el espacio, son de propiedad Americana, así como las patentes de las

tecnologías comunicacionales.

2.- se presenta un flujo de la información, diametralmente desequilibrado, entre los países desarrollados y los subdesarrollados, que se manifiestan en la cantidad y la calidad de los mensajes:

- + En términos de cantidad, son considerablemente mas numerosos, los mensajes, desde y sobre los países avanzados, hacia los rezagados, que a la inversa.
- + En calidad, los mensajes que informan acerca de las naciones atrasadas, son tendenciosos, en la medida en que presentan imágenes negativas y conflictivas de las mismas; mientras, que los mensajes sobre las avanzadas, E. U. A. principalmente, son apologistas. Venden el sueño americano.

El control colonialista de los flujos de la información, antes sustentado, demostraba, que el pregonado "libre flujo de la información", era un mito, y que los contenidos de esa información, eran totalmente desfavorables a los países pobres, en la medida en que terminaban tergiversando sus realidades y socavando sus identidades nacionales, creando de esta manera, las condiciones propicias para su dominación cultural, razón por la cual, había que liquidar ese dominio imperialista, mediante el establecimiento de ordenes justos y benéficos para las naciones desfavorecidas.

El pretender establecer un nuevo orden internacional de la información, significaba una lucha de intereses muy fuerte, literalmente entre pobres y ricos; en el caso de los primeros, era una lucha totalmente justa, en la medida que lo

único que buscaban, era el respeto a su soberanía y a su identidad nacional, así como detener el saqueo de sus riquezas e instaurar relaciones de intercambio basadas en la equidad; en el caso de los segundos, era una lucha por mantener sus privilegios y el régimen de sometimiento, los cuales garantizaban las altas utilidades, de la oligarquía financiera, que estaba atrás y formando parte, de los gobiernos de los diferentes países imperialistas. Lo que estaba en juego representaba mucho para los países avanzados, razón por la cual, desde un principio, manifestaron su rechazo absoluto a la demanda de los rezagados e hicieron lo posible para que no prosperara.

La lucha por el nuevo orden informativo, toma fuerza durante la segunda mitad de la década de los 70 y es llevada a cabo en los foros mundiales y en la opinión pública internacional. La petición del nuevo orden es uno de los puntos principales de la V, VI y VII Conferencia Cumbre del Movimiento de Países No Alineados. Los debates en estos foros y diversas manifestaciones, a favor de un equilibrio informativo, logran que la Asamblea General de las Naciones Unidas intervenga en el asunto, comisionando esta a la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) para apoyar la creación del nuevo orden, para cumplir con su encomienda, esta institución, organiza en primera instancia, la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación, la que tuvo lugar en Costa Rica en 1976, las naciones poderosas se oponen y obstaculizan tal iniciativa.

En 1977 las grandes corporaciones mediáticas y asociaciones occidentales de profesionales de la comunicación; en el primer caso, en defensa de sus privilegios y; en el segundo, azuzadas por los gobiernos de las naciones

industrializadas, emprenden una campaña en contra de la idea del nuevo orden, argumentando que éste atenta contra la libertad de información y es opuesto a la democracia; en la medida en que esta campaña sube de tono y aumentan las presiones de los países ricos, la UNESCO cede y para darle una salida salomónica al asunto, en ese mismo año, forma una Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación, a ésta se integra un grupo multinacional y plural de expertos y recae su presidencia en Sean MacBride. El informe que rinda más tarde esta comisión, en alusión a su presidente, será conocido como informe MacBride.

Después de tres años de trabajo, acaloradas discusiones, ataques y presiones de todo tipo, la comisión presenta, en 1980, a la Conferencia General de la UNESCO, el informe titulado “Un sólo mundo, voces múltiples”, los objetivos a lograr con este documento, de acuerdo a la comisión eran: “mayor justicia, mayor igualdad, mayor reciprocidad en el intercambio de información, menor dependencia en relación con las corrientes de comunicación, menor difusión de mensajes en sentido descendente, mayor autosuficiencia e identidad cultural y mayor número de ventajas para toda la humanidad”. (en Marques de Melo, 1991: 13). De aquí se derivan principios básicos para el establecimiento de un:

<i>Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC)</i>
<p>1.- Eliminación de los desequilibrios y desigualdades que caracterizan la situación vigente.</p> <p>2.- Eliminación de los efectos negativos de determinados monopolios, públicos o privados, y de las excesivas concentraciones.</p> <p>3.- Remover los obstáculos internos y externos para un libre flujo y más amplia y equilibrada diseminación de informaciones e ideas.</p> <p>4.- Pluralidad de fuentes y canales de información.</p> <p>5.- Libertad de prensa y de información.</p> <p>6.- Libertad para los periodistas y todos los profesionales, en los medios de comunicación, una libertad inseparable de la responsabilidad.</p> <p>7.- Preparación de los países en desarrollo para lograr mejoras en sus propias situaciones, sobre todo en lo que respecta a la adquisición de equipamiento propio, capacitación del personal, recuperación de infraestructura, además de tornar sus medios de información y de comunicación sintonizados con sus propias necesidades y aspiraciones.</p> <p>8.- Compromiso sincero de los países desarrollados para ayudarlos a alcanzar dichos objetivos.</p> <p>9.- Respeto a la identidad cultural de cada pueblo y al derecho de cada nación para informar al público internacional sobre sus intereses, aspiraciones y respectivos valores sociales y culturales.</p> <p>10.- Respeto al derecho de todos los pueblos para participar del intercambio internacional de información, basándose en la igualdad, justicia y beneficio mutuo.</p> <p>11.- Respeto al derecho de la colectividad, así como de los grupos étnicos y sociales, para tener acceso a las fuentes de información y participar activamente en los flujos de comunicación.</p>

Fuente: Cuadro elaborado con datos del Informe un sólo mundo, voces múltiples (Informe MacBride), UNESCO, 1980.

Los once principios básicos para el establecimiento de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) antes señalados, son la parte sustantiva del informe de la Comisión McBride, en ellos se convalidan claramente las demandas y planteamientos democratizadores, hechos por el Movimiento de los Países No Alineados en pos de la equidad de la información internacional, razón por la cual, cuando dicho informe es presentado, al seno de la asamblea de la UNESCO, para su discusión, éste, con excepción de Estados Unidos y Gran Bretaña, es aprobado por todos los países miembros, con pocas reservas. Sin embargo, después de ser aceptado será criticado y obstaculizado por las grandes potencias, dándose el principal grito de guerra durante, la realización de un congreso de editores, productores y dueños de los principales medios de comunicación occidentales, efectuado en Talloires, Francia, en 1981. El acuerdo de este congreso fue oponerse al NOMIC por ser “atentatorio” de la libertad de expresión.

Los intereses económicos y políticos (de las grandes potencias) que podría afectar el NOMIC, si entraba en vigor, pero sobre todo si se llevaba a la práctica, eran considerables, motivo por el cual las naciones ricas nunca permitieron que el nuevo orden fuera una realidad, objetivo que finalmente logran con su férrea oposición y gracias a que, a principios de la década de los 80, el Movimiento de los Países No Alineados ya había entrado en pleno ocaso y, aunque no abandonó su posición mientras pudo subsistir, no mostró ni organización ni fuerza para seguir sosteniendo la batalla tan desigual que emprendiera por conquistar un nuevo orden. Paralelamente al debilitamiento de los tercer mundistas, la UNESCO se vio obligada a dejar de apoyar el movimiento de estos.

Sólo en Latinoamérica se mantiene por varios años más la lucha, siendo ejemplo de ello, el seminario de expertos que tuvo lugar en 1982 en Embú, Brasil y la persistencia de Venezuela y México por instaurar políticas nacionales de comunicación, lo que no lograron finalmente. De esta manera termina diluyéndose lo que sigue siendo un sueño para las naciones atrasadas.

El fracaso del desarrollo, el imperialismo cultural, el Movimiento de los Países No Alineados y la lucha por El Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), todos ellos explicados en los apartados anteriores, fueron factores determinantes en el estancamiento de la comunicación para el desarrollo. Dicho estancamiento no se ha superado plenamente y todavía no se han podido encontrar las claves necesarias que, permitan utilizar a la comunicación como instrumento para impulsar el desarrollo económico de los diferentes países. Sin embargo, se persiste en la búsqueda y existen, actualmente, nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo.

1.3.1.3. Los nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo

Los nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo que actualmente se plantean, toman como referencia el fracaso del desarrollo a nivel mundial y la inconsistencia de las primeras propuestas de aquella.

Con respecto al fracaso del desarrollo, a más de medio siglo de que las diversas agencias internacionales correspondientes, vienen impulsando acciones, para que los países en subdesarrollo progresen, los resultados son altamente negativos. Los ejemplos de éxito que se nos presentan: Hong Kong (hasta antes de ser restituido a China), Corea del Sur, Taiwán, Singapur y

Malasia, entre otros, son cuestionables; los tres primeros casos, son producto de la Guerra Fría, no existen otros ejemplos como éstos fuera del contexto señalado; los dos últimos, constituyen casos considerados como de “país maquilador” (capitalismo dependiente, subordinado), de los que por cierto son los únicos prototipos más acabados. La única nación que en el pasado fue atrasada y que, hoy es considerada altamente desarrollada, es China, quien logro tal objetivo de manera independiente, desacatando rotundamente los lineamientos del Fondo Monetario Internacional (FMI) y organismos afines.

Asimismo, los conceptos de desarrollo relacionados con evolución, progreso, cambio, transición, industrialización y modernización, no han cumplido con las expectativas de altos niveles de ingreso para toda la población de las diferentes repúblicas del mundo; no contemplan el cuidado del medio ambiente; no está presente la equidad de género, y el establecimiento y goce, por parte de los ciudadanos, de absoluta democracia, entre otras.

Con relación a las inconsistencias de la comunicación para el desarrollo, está claro que mientras no se tome al receptor como un ente activo con capacidad para crear su propios mensajes, de acuerdo a sus necesidades y su cultura, así como se persista en no respetar los valores y las culturas autóctonas; en aplicar una comunicación vertical y persuasiva; y en sólo emplear los medios institucionales, no se podrá utilizar a la comunicación como instrumento para impulsar el desarrollo.

La situación antes descrita, obliga la formulación de nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo, los que tratarán de hacer factibles las tesis de

Wilbur Schramm, siendo en la realidad misma, donde tienen origen tales propuestas: América Latina.

Durante las décadas de los 70 y los 80, varios estudiosos latinoamericanos de la comunicación, reflexionan sobre la problemática y el rumbo que deben seguir las acciones comunicativas en pro del desarrollo. Dichos estudiosos son: en Bolivia (Luís Ramiro Beltrán), en Brasil (Paulo Freire, Luis Gonzaga Motta y Regina Festa), en Uruguay (Juan Díaz Bordenave y Mario Kaplún), en Argentina (Daniel Prieto Castillo, Máximo Simpson y María Cristina Matta), en Perú (Rafael Roncagliolo, Juan Gargurevich, Luis Peirano y Rosa María Alfaro) y en Venezuela (Antonio Pascuali), entre otros.

En forma puntual y tomando en cuenta, únicamente sus aportaciones a la comunicación para el desarrollo, en el cuadro siguiente se observan las principales propuestas de algunos de los investigadores mencionados.

AUTOR	PROPUESTAS PRINCIPALES
Luis Ramiro. Beltrán	<p>En el contexto de la comunicación para el desarrollo, define las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) para América Latina. Asimismo, asigna un papel determinante a los Estados en el proceso de aplicación y desarrollo, en un ambiente democrático, de las PNC.</p> <p>Denuncia la situación de dominación externa y dependencia interna que Latinoamérica padecía en el campo de la comunicación.</p>
Paulo Freire	<p>Critica los modelos autoritarios que se basan en la existencia de un sujeto dador de conocimiento y verdad a un objeto pasivo, dependiente y receptor.</p> <p>Asimismo, cuestiona el modelo funcionalista de comunicación efectista basado en la verticalidad del emisor –mensaje/medio – receptor y el supuesto impacto que este genera en el receptor, logrando transformaciones en sus percepciones y su conducta.</p>
Mario Kaplún	<p>Desde la práctica de la radio educación, cuestiona el modelo autoritario, que desconoce al receptor como un interlocutor activo con capacidad para generar su propios mensajes, según sus necesidades y su cultura.</p> <p>Los receptores son personas concretas arraigadas en una cultura y en una vida cotidiana que genera sensibilidades, idiosincrasias, mentalidades y actitudes creativas y productivas.</p>
Daniel Prieto	<p>Es partidario de un desarrollo que combine el crecimiento económico con el desarrollo social y propicie la equidad. El cumplimiento de estos propósitos, señala, requiere de un proceso de planificación y gestión de las acciones comunicativas que influyan en la implementación de políticas nacionales y regionales de comunicación social.</p>
Rosa María Alfaro	<p>Plantea una Comunicación para otro Desarrollo, donde dice que este es básicamente una apuesta cultural de cambio.</p> <p>Parte del concepto de una comunicación popular, la que concibe como el conocimiento de la cultura comunicacional de los sectores a los que se tiene que atender, no es un problema de volver sencillo un mensaje, es un problema de buscar los medios, las mediaciones, los lugares de comunicación, y las interacciones de la población, así como conocer sus necesidades de información.</p> <p>Se trata de promover desde la comunicación las identidades culturales y sociales y mejorar las condiciones de vida de los sectores populares.</p>
Antonio Pascuali	<p>Relaciona la propiedad de los medios audiovisuales y los intereses de los emisores con la producción de contenidos, los que, dado su carácter mercantil, se convierten en una fuerza paralizante de la innovación social y de la creatividad cultural. Para evitar esos efectos nocivos, propone el impulso de políticas de comunicación dinámicas que eviten que el contenido de los medios afecte los procesos de modernización y progreso social.</p>

Fuente: Cuadro elaborado con información de las páginas:

http://www.devcomm.org/worldbank/vpr/pdf/Main_box/Recommendations_es.pdf, 2007.

<http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lasth/lasld-754.html>, 2007

Los planteamientos resumidos en el cuadro anterior, dan origen, hasta la fecha, a dos propuestas: por un lado la condición de la existencia, en cada país, de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), para hacer posible la comunicación para el desarrollo y, por otro lado, dado que el hombre es sujeto del desarrollo, debe ser, por lo tanto, protagonista activo del mismo, razón por la cual tiene que aplicarse una comunicación alternativa para el impulso de aquel; aunado a la adopción de un concepto de desarrollo que contemple: el pleno ejercicio de los derechos humanos, la protección del medio ambiente, el respeto a la diversidad étnica y cultural, la equidad de género, la justicia, la participación, la tolerancia y demás valores.

Sobre Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) y Comunicación Alternativa, expondremos a continuación sus aspectos centrales.

Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Luis Ramiro Beltrán, investigador boliviano de los fenómenos comunicacionales, es pionero de la comunicación para el desarrollo y creador de las PNC, Beltrán fue contratado por la UNESCO, en 1973, como consultor en París para realizar dos tareas: asesorar y preparar una Reunión de Expertos en Políticas de Comunicación en América Latina a realizarse en Bogotá, en 1974. Y fundamentar teóricamente la naturaleza de las PNC que en ese tiempo no habían sido definidas claramente.

La reunión de Bogotá, a la que asistieron 17 especialistas de 14 países - provenientes de las universidades, los medios privados y los organismos estatales- tenía como propósito atraer la atención de los gobiernos sobre la imperiosa necesidad de entrelazar los distintos sistemas nacionales de

información, de forma tal que éstos se convirtieran en mecanismos del desarrollo económico nacional y de integración regional.

En esta primera reunión sobre el particular, se logró formular un diagnóstico de la situación latinoamericana, quedando establecidos como aspectos negativos para el desarrollo, la concentración de la emisión y recepción de mensajes y la subordinación de los sistemas nacionales de información a los intereses del capital privado local e internacional

Ante este desequilibrio interno y externo de la información y la comunicación, se propone a las PNC como medida para democratizar el flujo informativo y como punto de partida, Luis Ramiro Beltrán da una primera definición de éstas;

Una Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero, de políticas parciales de comunicación; armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar las conductas de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de la comunicación en un país (<http://www.nuso.org/upload>, 2007).

Asimismo, se establece como condición, para la aplicación de una política nacional de comunicación, la participación ineludible del gobierno y de las instituciones de cada nación, así como la creación de Consejos Nacionales de Comunicación, los que estarían integrados por representantes de todos los sectores públicos y privados involucrados en actividades de la comunicación.

En la reunión de referencia también se logra un consenso en torno a los puntos siguientes:

CONSENSO DE BOGOTÁ

- 1.** Percibir la situación interna de las comunicaciones en Latinoamérica como caracterizada por una concentración aguda de las oportunidades para emisión y recepción de mensajes en manos de intereses privados minoritarios, por lo general desfavorables a los cambios sociales necesarios para obtener un amplio desarrollo nacional.

- 2.** Percibir la situación externa de la comunicación como indebidamente sometida a la influencia dominante de intereses económicos y políticos extra-regionales, mayoritariamente de los Estados Unidos de América.

- 3.** Tener la convicción de que las políticas nacionales de comunicación van a ser un instrumento capital que ayude a superar dicha situación injusta para la mayoría de las gentes y no conducente a la participación democrática en la tarea del desarrollo.

- 4.** Tener la convicción de que dichas políticas deberían ser democrática y pluralistamente formuladas con la plena participación de todos los sectores interesados; por ejemplo, los propietarios de los medios, los profesionales de la comunicación y los funcionarios oficiales, representados probablemente en Consejos Nacionales de Política de Comunicación.

- 5.** Tener la convicción de que, cada Estado debe jugar, como un derecho y un deber, el papel de conductor en el establecimiento de las Políticas Nacionales de Comunicación, procurando conciliar los intereses de todos los sectores de la sociedad y ser útil a los propósitos comunales del desarrollo nacional, según las características y posibilidades de cada país.

- 6.** Tener la convicción de que todos los países latinoamericanos también deben tener políticas conjuntas relativas al comportamiento de las fuerzas internacionales de comunicación que influyen en sus territorios.

Fuente: Cuadro elaborado con información de la página: <http://www.nuso.org/upload/2007>

nuso.org/upload/2007

Como continuación de la iniciativa de Bogotá, en 1975 se realizó otra reunión en San José, Costa Rica. En esta ocasión el responsable de la organización fue el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL)

En este encuentro se insistió, en el establecimiento de controles, por parte de los gobiernos, con respecto a la participación de capitales extranjeros en los medios de comunicación y en la importación de productos comunicacionales, a la vez que se recomendaba estimular la producción interna de éstos. Asimismo, se sugería:

- Formular y establecer sus políticas al servicio de programas y planes de desarrollo que buscaran el cambio social.
- Incluir entre los objetivos específicos de sus políticas el contribuir a eliminar las relaciones de dependencia que afectan la vida en la mayoría de los países de la región.
- Ejercer una acción estatal dirigida hacia la eliminación de la concentración de los medios de comunicación masiva, en lo que se refiere a la propiedad privada y la ubicación geográfica.
- Dirigir la acción del Estado hacia el logro de un reajuste de las funciones de los medios de comunicación masiva para que se acomoden a los objetivos del desarrollo integral. (<http://www.nuso.org/upload/2007>)

Aunado a lo anterior, en la Reunión de San José, se sugiere a los asistentes que en sus países de origen se procure lo siguiente:

1. La creación de medios estatales como alternativa para los privados.
2. La consideración de la función social de todos los medios de comunicación.
3. Consideración del papel informativo, educativo, cultural y recreativo de los medios.
4. La regulación de las actividades de las agencias de noticias nacionales e internacionales.
5. La regulación de la publicidad comercial a través de los medios.
6. La definición de los papeles de las telecomunicaciones.
7. La definición de la contribución de la tele-educación al desarrollo nacional.

Fuente: Cuadro elaborado con información de la página: <http://www.nuso.org/upload/2007>

Los acuerdos y sugerencias de las reuniones antes referidas, sentaron las bases para el diseño de Políticas Nacionales de Comunicación, las cuales no se han concretado plenamente en ningún país atrasado, porque desde su origen, vienen siendo obstaculizadas por las oligarquías mediáticas de las diferentes latitudes, con el argumento de que son estatizantes y atentatorias de la libertad de expresión.

Sin embargo, está claro que sin PNC no hay comunicación para el desarrollo, en la medida, en que únicamente a través de las primeras, es posible hacer operativa la segunda y no solo eso, para que la política de comunicación sea una realidad, tiene que formar parte del Plan Nacional de Desarrollo de cada

nación, la siguiente cita de Egan Bahr, Ex Ministro de Cooperación Económica de Alemania Occidental, es muy ilustrativa al respecto.

“Para el desarrollo del Tercer Mundo, la política de medios es una tarea que está inmediatamente después de la de garantizar la alimentación y que tiene, a lo menos, la misma importancia que la política económica, monetaria y demográfica” (Bahr, Egan/1976, p20-21).

Comunicación Alternativa

La comunicación alternativa es un cuestionamiento -autores latinoamericanos fueron los primeros en hacerlo- al modelo comunicacional predominante (modelo clásico), pero sobre todo es la antítesis de éste. Dicho modelo se deriva del pensamiento unilineal aristotélico que prevaleció, sin modificaciones, en todo el mundo, hasta fines de la década de los 60, planteamiento plenamente plasmado en el modelo de Laswell (¿Quién dice qué?, ¿Por qué canal?, ¿A quién?, ¿Con qué efecto?), autor que establece como funciones de la comunicación: la de vigilancia y control del entorno, la transmisión de los valores de identidad de una cultura y la cohesión social, entre otras. Asimismo, señala que mediante la persuasión informativa y la propaganda de ideas favorables a la modernidad, los dirigentes de una sociedad pueden conducir a sus ciudadanos hacia mejores niveles de progreso y libertad.

El paradigma de Laswell, predominante en amplias latitudes, es criticado por percibir a la comunicación como un proceso de una sola dirección (monológico), por su flujo vertical (impositivo), por no ser participativa (transmisión de mensajes de fuentes activas a receptores pasivos), por

persuasiva (ejerce presión sobre la conducta de los receptores) y por manipuladora (busca efectos impositivos).

Manuel Calvelo define al paradigma referido como,

una de las estructuras más verticales, que envía mensajes del que tiene poder al que obedece, del que manda al que acata, del superior al inferior, del dominante al dominado, del que sabe al ignorante, de la cúspide a la base la pirámide.
(calvelo@filo.unt.edu.ar)

A la forma de percibir la comunicación de Laswell y sus seguidores, había que agregar la situación que prevalecía, en la década de los 70, en los medios de comunicación de los diferentes Estados en subdesarrollo del mundo, principalmente en América Latina, al respecto, éstos se caracterizaban por:

- a) La concentración de su propiedad (monopolios mediáticos) en manos de las oligarquías internacionales y locales.
- b) Utilizar la propiedad de los medios de información colectiva, para ejercer el poder económico y político, así como para mantener el control ideológico sobre las mayorías desprotegidas, para de esta manera salvaguardar los privilegios de los poderosos.
- c) Ser unos medios, caracterizados por prácticas de comunicación dominadora, personificada por el monólogo, el verticalismo, los flujos unidireccionales y por la exclusión de las mayorías.

Dadas las características negativas, antes señaladas, de la comunicación tradicional y de los medios, ambas cosas resultaban inadecuadas para impulsar el desarrollo, razón por la cual era imprescindible otro tipo de

comunicación y medios. En palabras de Paulo Freire, había que “devolver la palabra a quienes les fue negado el derecho de expresión”; y de Armand Mattelart, era necesario, “devolver el habla al pueblo”.

Será precisamente en América Latina, donde irá tomando forma, a través de la comunicación alternativa, la legítima aspiración, de devolver la palabra a quienes les fue negado el derecho de expresión, aquí, durante las últimas décadas, se acumularan vastas experiencias que no tienen comparación en otras regiones del mundo. Dichas experiencias se inician; primeramente, en la práctica; y posteriormente, en el terreno teórico.

Dos son los ejemplos históricos que se toman como referencia obligada, de la puesta en práctica de la comunicación alternativa: Las Radio escuelas de Colombia y Las Radios Mineras de Bolivia. El primer caso, en 1948, tuvo lugar en Sutatenza, remota aldea de los andes colombianos, por la iniciativa del párroco Joaquín Salcedo, quien se valió de la radio para proporcionarle orientación a los campesinos y para fomentar el desarrollo rural. Para ello diseñó la estrategia de las “radioescuelas”. Éstas consistían en organizar pequeños grupos de vecinos, en torno a un receptor de batería, a través del cual se les transmitían programas producidos ex profeso para ellos. La sesión era conducida con el auxilio de facilitadores, quienes motivaban a los asistentes a que aplicaran lo aprendido y participaran en la toma de decisiones de la comunidad, principalmente para mejorar la producción agropecuaria, cuidar la salud y fomentar la educación.

A lo largo de diez años, esta iniciativa fue creciendo gradualmente, llegando a constituirse en la agrupación católica Acción Cultural Popular, la que, al cabo

de poco más de una década, tenía asociados en todo el país y lograba resonancia mundial, llegando a formar parte de la misma: una red nacional de ocho emisoras, el primer periódico campesino de Colombia, dos institutos de campo para la formación de líderes y un centro de producción de materiales didácticos.

Las Radios Mineras de Bolivia. Este caso registrado en 1952 en territorio boliviano, es ilustrativo y representativo, no de un acto de “devolver el habla al pueblo”, sino más bien, de toma de la palabra por el pueblo, en la medida en que en los hechos así sucedió. Resulta que en ese año, trabajadores mineros de origen indígena, dispuestos a denunciar ante la sociedad, la brutal explotación de que eran víctimas y a ponerse en contacto con sus demás compañeros y con todo el pueblo marginado, para luchar en contra de esta situación, deciden establecer con sus escasos recursos y sin ninguna experiencia en producción radiofónica, pequeñas y rudimentarias radioemisoras autogestionarias de corto alcance.

La “cabina de radio” era cualquier rincón de un socavón minero, una sede sindical, una escuela, una iglesia, un mercado, una cancha deportiva o una plaza, así como algún hogar que estaba previsto visitar.

La “producción radiofónica” se realizaba con el equipo más rudimentario y eran los propios mineros, quienes producían y transmitían la programación.

La “barra programática” era el micrófono abierto a todas las denuncias y demandas populares, poniendo mayor énfasis en la información y comentarios sobre sus luchas sindicales contra la explotación y la opresión, dadas estas características, la sociedad oprimida la identificaba como la “radio del pueblo”.

A fines de la década de los 50, esta iniciativa popular, había logrado conformar una red nacional de alrededor de 33 emisoras. Sin embargo, su posición política de clase, contraria a los intereses de los regímenes militares que padeció Bolivia durante esa época, ocasionó que éstos las reprimieran violentamente hasta terminar con ellas.

En la parte teórica de la comunicación alternativa, son aceptadas como fundacionales, para el caso latinoamericano, las aportaciones de Paulo Freire, quien a finales de la década de los 60 inicia sus trabajos al respecto, siendo su Pedagogía del Oprimido y la Pedagogía de la Esperanza, las que sirvieron de base para pensar en otra comunicación, una participativa, la que ira tomando cuerpo a lo largo de los años. De manera sintética, el método y el ideal de Paulo Freire son:

[El método] La observación participante de los educadores, "sintonizándose" con el universo verbal del pueblo, la búsqueda de "palabras generadoras" indagando en su sentido vivencial, la codificación de las palabras en imágenes visuales que estimulen el tránsito de la cultura del silencio a la conciencia cultural, la problematización del escenario cultural concreto y de las palabras generadoras a través de un diálogo del "círculo de cultura" y, por último, la recodificación crítica y creativa para que los participantes se asuman como sujetos de su propio destino. (<http://www.vivalaradio.org/2007>)

[El ideal] Sueño con una sociedad reinventándose de abajo hacia arriba donde las masas populares tengan de verdad el derecho a tener voz, y no apenas el deber de escuchar. Es un sueño que me parece realizable, pero que demanda un esfuerzo fantástico de crearlo..." (Citado en <http://www.wacc.org/2005>).

A partir de estos planteamientos, bajo la denominación de comunicación alternativa aparecerán aportaciones de diversos investigadores que titularán

sus trabajos con esta y otras nomenclaturas, tales como: comunicación “otra”, horizontal, democrática, liberadora y comunicación popular, entre otras. Todas ellas, sin ser exactamente lo mismo, tienen puntos de convergencia y divergencia. Sin embargo, su objetivo es el mismo, devolver la palabra a quienes les fue negado el derecho de expresión.

Reducir, desde mi perspectiva, a un mero concepto a la comunicación alternativa, es una tarea muy compleja, por lo forzado de tratar de simplificar en unas cuantas palabras su origen, razón de ser, los múltiples elementos que la integran y los medios de los que se vale. Reconocidos estudiosos de la materia conciben a la misma de la siguiente manera.

Para Kaplún la comunicación alternativa es igual a la comunicación democrática, la cual se opone a la comunicación dominadora. La comunicación democrática se caracteriza por el diálogo, comunidad, horizontalidad, participación, flujos bidireccionales y está al servicio de la mayoría de la sociedad. La comunicación dominadora se caracteriza por el monólogo, el poder, el verticalismo, flujos unidireccionales, monopolios y está al servicio de minorías: (Citado por Beltrán, L. en <http://www.nuso.org/uploa/2007>)

Para Luis Ramiro Beltrán

La comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios – masivos, interpersonales y mixtos – para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría (<http://www.nuso.org/uploa/2007>)

Ramiro Beltrán agrega a lo anterior

La comunicación alternativa busca ante todo sacar a los receptores de su pasividad y manipulación. El usuario debe pasar de consumidor pasivo a receptor crítico y creativo. Para ello se deben crear redes alternativas, no sólo de producción y disseminación de información, sino que esas nuevas redes deben implicar procesos de intercambio y participación. Evidentemente, estas posibles exigencias de la verdadera comunicación alternativa parecen ser ajenas a la estructura misma de los medios de información colectiva. (<http://www.nuso.org/uploa/2007>)

Máximo Simpson estipuló como características de la “*comunicación alternativa*” – también llamada “dialógica”, “popular” y “participatoria” – a las siguientes: acceso amplio de los sectores sociales a los sistemas; de propiedad social de los medios; contenidos favorables a la transformación social; flujos horizontales y multidireccionales de comunicación; y producción artesanal de los mensajes. (Citado por Beltrán, L. en <http://www.nuso.org/uploa/2007>)

Durante las décadas de los 70 y 80, evoluciona y alcanza cierta consolidación la otra comunicación y se extiende su práctica a varias naciones de América Latina, donde se registran manifestaciones como las siguientes:

En Uruguay, Mario Kaplun, diseñó y puso a prueba un foro por casete, método sencillo y de bajo costo, consistente en un diálogo a distancia entre los miembros de cooperativas campesinas.

En Brasil, dominado por las dictaduras militares durante esa época, el derecho a tener voz por parte de los oprimidos era una utopía, por lo que la única forma que tenía el pueblo para expresar su descontento en contra de las injusticias era creando sus propias alternativas, siendo una de ellas decenas de periódicos (semiclandestinos) pequeños y rústicos que llegaron a constituir lo que se conoce como “prensa nanica” (prensa enana o en miniatura).

Asimismo, en periodos de distensión, Brasil fue el primer país en establecer un canal obrero de televisión y una asociación nacional para el uso de video por parte de organizaciones de base.

En Bolivia, durante las décadas de los 70 y 80, se organizaron grupos de campesinos, para comprar tiempo en varias radiodifusoras comerciales de la capital Boliviana, éstas les alquilaban las primeras horas de transmisión matutina, para que fueran difundidos sus programas producidos en idioma Aymara. Por precios muy bajos, ofrecían a sus compañeros, junto con noticias y entretenimiento acorde a su cultura, servicios similares al correo, el telégrafo y el teléfono, el acceso a estos medios les estaba negado. Esta iniciativa culminó en la creación de una asociación de comunicadores en idiomas nativos, integrada por muchos de estos radialistas, los que persuadieron a la Universidad Católica de Bolivia para que perfeccionara sus conocimientos mediante un curso de dos años de duración. También se capacitó a campesinos voluntarios como "reporteros populares". Cuba, en años posteriores, retomó y afinó esta estrategia boliviana. Dicho afinamiento, consistió en agregarle a las transmisiones radiales, la participación de millares de voluntarios organizados en "brigadas" de capacitación, las que movilizaban a la comunidad, para llevar a cabo campañas de en pro de la educación y la salud. En Ecuador, un sacerdote católico, organizó a varias comunidades indígenas, pequeñas y aisladas, para que grabaran de manera artesanal, en sus propias aldeas, mensajes noticiosos y programas en su idioma. Estos productos radiofónicos eran enviados a una estación central para su transmisión.

En Perú, Michel Azcueta y otros, establecieron en Villa El Salvador, barrio limeño poblado por campesinos indígenas migrantes, un sistema integral de comunicación popular, basado, inicialmente, en la utilización de periódicos murales y boletines en mimeógrafo y posteriormente altoparlantes, proyección de películas en sitios públicos, la radio y llegando a contar hasta con su canal de televisión. Esto conjugado con una organización comunitaria activa.

La radio, desde la perspectiva alternativa, en forma tal vez, menos impactante, fue un medio utilizado en todo el territorio latinoamericano. Era lógico que los sin voz recurrieran a éste, por ser el de menor costo de equipamiento y de mayor facilidad de operación, así como el de mayor cobertura.

Otros medios alternativos empleados en varios países de la región sudamericana, para difundir lo que los masivos no hacían, fueron los festivales de música y bailes populares, las ferias, las pancartas, el teatro callejero y las funciones de títeres, entre otros.

En México, durante la década de los 60 y hasta principios de los 70 (años de gran represión política en el país), Eduardo del Río (Rius) publica dos historietas o cómics (del inglés *comic*); primero, una de nombre Los Supermachos, la cual por la sátira que hacia del sistema político mexicano, la iglesia y otras instituciones fue censurada, perseguida, reprimida y finalmente cerrada por el gobierno en turno; años después, continuando con la tradición, aparece otro cómic con el nombre de los Agachados, el que después de algunos años de estar en circulación corre la misma suerte que el anterior.

Durante las décadas referidas y hasta la fecha, Rius, utiliza la técnica del cómic, para editar más de 120 libros que tratan diversos temas relacionados

con: la política, la historia, el naturalismo, la sexualidad, la filosofía y la religión, entre otros. Algunos títulos de la lista mencionada son los siguientes:

Cuba para principiantes, Marx para principiantes, Economía al alcance de todos, Filosofía para principiantes, Cristo de carne y hueso, La panza es primero, Jesús alias el Cristo, El católico preguntón, La Iglesia y otros cuentos, Puré de papas, Cada quien su Dios, La biblia esa linda tontería, La interminable conquista de México y La basura que comemos.

El texto más reciente (publicado en noviembre de 2006) *es uno relacionado con las elecciones presidenciales mexicanas del 2 de julio de 2006, cuyo título es. Votas y te vas.*

Estos medios impresos alternativos politizaron a miles de los jóvenes que participaron en el movimiento estudiantil de 1968, muchos de los cuales posteriormente se incorporan a la vida política nacional y desde diferentes trincheras y después de varios años de lucha, colaboran para crear las condiciones propicias, para lograr los mínimos avances democráticos que se registran de finales de los 80 hasta nuestro días.

Con su obra Rius no sólo politiza, educa también a miles de mexicanos, en la medida en que trata mediante el cómic, temas que en las décadas citadas eran un tabú, como era el caso del sistema político mexicano, los mitos de la historia oficial mexicana, el marxismo, la sexualidad y la religión, por citar algunos.

Un caso que merece mención aparte, por lo exitoso del mismo y porque todavía está vigente, es el de Calandria de Lima, Perú, experiencia que se inicia en 1984.

“La Asociación de Comunicadores Sociales, Calandria, es una institución de la sociedad civil, que desde la comunicación, busca incidir en el desarrollo del país y en la consolidación de la democracia...”
(<http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico>,2005)

Calandria es una organización que

Promueve experiencias de periodismo cívico, basadas en poner los problemas del desarrollo en la discusión pública, con periodistas que se comprometen e invitan a la ciudadanía a dar su opinión. Los reporteros salen de las salas de redacción e interactúan con la gente, fortaleciendo así el espacio público y la responsabilidad social. (<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias>,2004)

Además, realiza “...consultas ciudadanas, con el fin de conocer los temas de interés del ciudadano común, para luego posicionar dichos tópicos en los medios”. (<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias>,2004)

La Asociación de Comunicadores Sociales aplica la comunicación participativa, en la medida en que mediante caravanas ciudadanas recopila (reportea) “... información...se dedican a generar debate y espacios de opinión, además de papelógrafos donde la gente escribe lo que piensa y le preocupa.”
(<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias>,2004)

Aunado a lo anterior, Calandria brinda servicios de información, asesoría y capacitación en el uso de medios locales, a diversos grupos sociales e instituciones, así como también, realiza diagnósticos y estrategias comunicativas, a la vez que produce programas para medios electrónicos, spots radiales, videos y material gráfico.

La fundadora y principal dirigente de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Rosa María Alfaro, es impulsora y defensora de la comunicación alternativa porque piensa que

“La libertad de expresión sigue siendo un derecho de los medios y no de los ciudadanos: es un disfraz de la libertad de empresa. El periodismo no escribe para el ciudadano sino para vender, para competir, para los gobernantes, para los colegas, para cuestionar a los empresarios”.
(<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias/2004>)

1.3.1.4. Desarrollo económico, comunicación, políticas, planes y proyectos

En el apartado anterior, se plantea la necesidad de otro desarrollo, de políticas comunicacionales y de otra comunicación, para que los países tercer mundistas puedan salir del atraso. A ello, desde nuestra perspectiva, habría que agregar que el cumplimiento del propósito económico de las estrategias de desarrollo, las políticas y la comunicación, dependen de que éstas queden plasmadas y concretizadas en planes nacionales de desarrollo y de comunicación, así como en proyectos específicos. Por esta razón, a continuación argumentaremos al respecto.

Políticas económicas y de comunicación y planes nacionales de desarrollo y de comunicación

Las políticas

Se considera necesario, en este apartado; en primer lugar, hacer una exposición de lo que se consideran políticas en lo general; posteriormente,

explicar lo que son las políticas económicas; en seguida, lo que se estima son las políticas de comunicación; y finalmente, subrayar que sería necesaria una concordancia entre las dos últimas, para que la comunicación pueda incidir en el desarrollo.

Políticas en lo general: el concepto

Las políticas son procedimientos, pautas, reglas, normas, prácticas administrativas y lineamientos, entre otros. Se formulan para apoyar el logro de ciertos objetivos o para aplicar alguna teoría o modelo a la realidad. Estas se utilizan en varias disciplinas científicas.

Las políticas económicas

Metodológicamente, la ciencia económica se divide en tres ramas principales: economía descriptiva, teoría económica y política económica. En esta última, serán formuladas propuestas concretas de aplicación, utilizando los principios, las teorías y los modelos explicativos de la realidad, generados por las dos primeras divisiones. Con esto se busca desarrollar acciones económicas hacia objetivos determinados.

De acuerdo a lo anterior, la política económica está abocada a implementar la teoría en la realidad, para facilitar el funcionamiento de la actividad económica y evitar la ocurrencia de fluctuaciones en los niveles de empleo y de los precios, así como para establecer y garantizar las condiciones necesarias para el desarrollo.

La formulación de la política económica tiene dos propósitos:

- 1) Establecer los objetivos que se quieren alcanzar; y
- 2) Elegir y diseñar los instrumentos de acción que han de utilizarse en la consecución de los objetivos determinados.

En síntesis, los objetivos principales a lograr son: fomentar el desarrollo económico, buscar la estabilidad de la economía Y procurar la distribución equitativa de la riqueza.

En cuanto a la elección y diseño de los instrumentos de acción para fomentar el desarrollo, la política económica toma del análisis macroeconómico, aquellos elementos correlacionados con el crecimiento de la economía, como es el caso de los instrumentos, monetarios los cuales provienen de la teoría monetaria; los fiscales, ligados a la teoría de las finanzas públicas; y los comerciales, provenientes de la teoría del comercio exterior, entre otros.

Una vez formulada y constituida plenamente, la política de desarrollo en su fase de aplicación; lo primero que tiene que hacer, es darle respuesta a las siguientes interrogantes:

¿A qué agentes del desarrollo debe recurrirse, al estado o los agentes privados y en qué medida?, ¿Desarrollo industrial o revolución agrícola? ,
 ¿Sustitución de importaciones o fomento de las exportaciones? Y
 ¿Financiamiento interno o recursos externos?

En segundo lugar, la política de desarrollo tiene que plantearse los siguientes objetivos:

- a) La formación de los hombres y del medio social

En los países subdesarrollados el atraso no solo es económico, también es educativo, mental, organizativo, jurídico e informativo. Esto forma una barrera que obstaculiza el avance del desarrollo. Dicha barrera se puede superar mediante:

- El desarrollo de la educación y la formación técnica de los cuadros de la economía (la estructura educativa debe estar orientada hacia la satisfacción de las necesidades del desarrollo)
- La formación de una administración competente y honesta
- La seguridad jurídica y el respeto a la ley (terminar con el abuso del poder y la arbitrariedad en general)
- La difusión masiva de ideas favorables al desarrollo

De acuerdo a lo anterior, no basta una revolución industrial para lograr el desarrollo, es necesaria también, una revolución de la sociedad.

b) La integración de la economía

La estructura económica de un país subdesarrollado presenta desequilibrios regionales que, se manifiestan en zonas desarticuladas y estancadas frente a zonas articuladas y avanzadas. Para terminar con esta situación es necesario integrar la economía mediante:

- ❖ El desarrollo de medios de comunicación y de transporte.
- ❖ La vinculación de los centros industriales con las zonas productoras de materias primas.
- ❖ Ligar los centros productores con los mercados e

- ❖ Impulsar la creación de una red de instituciones de crédito, entre otras.

c) La diversificación de la economía

La política de desarrollo tiene que romper con la monoproducción que caracteriza a una economía subdesarrollada, lo que es factible mediante el impulso de actividades económicas múltiples (crecimiento económico diversificado) que, se apoyen mutuamente y originen una demanda suficiente para sostener el desarrollo. Ejemplo de ello es lo siguiente:

- ✓ El desarrollo de la agricultura permite aumentar la producción alimentaria
- ✓ La comercialización de la producción agrícola permite crear ingresos monetarios, los que al gastarlos las familias en productos elaborados, se convierten en fuente de financiamiento para sostener crecimiento industrial.
- ✓ El incremento de la producción alimenticia permite satisfacer el incremento de la demanda de bienes de consumo elaborados por la industria.

Resueltas las interrogantes y establecidos los objetivos del desarrollo, lo que resta es diseñar los instrumentos de la política correspondiente. Algunos de dichos instrumentos, son los que se observan en el cuadro siguiente:

POLITICAS DE DESARROLLO

POLÍTICAS	PROPÓSITO
Política de Inversión	Elevar al máximo la relación: -Trabajo/inversión -Bienes exportables/inversión
Política Agropecuaria	Poner fin al latifundismo. Proporcionar asistencia técnica y financiera a los productores agropecuarios. Mejorar y democratizar los sistemas de comercialización de los productos agropecuarios.
Política Monetaria	Crear una Comisión Bancaria, de Valores, Seguros y Fianzas. Establecer un Sistema Bancario. Establecer tasas de interés que fomenten la inversión productiva. Organizar estructuras financieras que capten recursos para el desarrollo. Regular el circulante monetario y la paridad cambiaria.
Política de Financiamiento	Crear un sistema tributario y otras fuentes de financiamiento.
Política Industrial	Impulsar el desarrollo armónico de la Industria pesada y la Industria Ligera.
Política de Comercio Exterior	Establecer mecanismos de regulación aduanal. Impulsar el establecimiento y la integración de acuerdos, tratados y bloques económicos Fomentar las exportaciones y regular las importaciones. Establecer controles de cambios.

Fuente: Cuadro elaborado con información de Barre, Raymon: El desarrollo económico, Fondo de Cultura Económica, México, 1976

La efectividad de las políticas expuestas en el cuadro anterior está comprobada, en la medida en se han aplicado con éxito, durante décadas, en diversos países del mundo.

Las políticas de comunicación

Si tomamos como referencia de políticas, a las económicas, expuestas en el apartado anterior, las de comunicación, hasta la fecha, no logran tal nivel de concreción y se quedan a la altura de la definición que dió en 1974 Luis Ramiro Beltrán y que avaló la UNESCO, la que a la letra dice:

Una Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero, de políticas parciales de comunicación; armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar las conductas de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de la comunicación en un país; (Beltrán, 1976)

Aunada a la definición, Beltrán (1976) establece que, toda política nacional de comunicación debería diseñarse sobre tres puntos fundamentales:

1. La necesidad de pluralismo y democracia en la comunicación. Las Políticas de Comunicación deberían formularse con la participación de todos los sectores implicados, para lo que los Consejos Nacionales de Comunicación, debían buscarse entre propietarios, profesionales, y funcionarios estatales.
2. La ineludible acción promotora del Estado, de forma que éste se convierta en punto de encuentro e integración de los diferentes intereses de todos y cada uno de los sectores sociales, como medio para lograr

que la PNC se constituya en factor decisivo de la integración nacional y la satisfacción de todas las demandas.

3. La necesidad de orientar las PNC hacia la integración regional, donde la acción concertada de políticas conjuntas relativas al comportamiento de las fuerzas internacionales de comunicación que influyen en sus territorios, permita un adecuado desarrollo regional.

Posteriormente a la fecha señalada, se generaron otras definiciones y se enunciaron una serie de propósitos y objetivos como los acordados en las reuniones de Bogotá, San José y el Informe MacBride (explicados en el apartado 1.3.1.3), entre otros. Sin embargo, a más de treinta años de haberse efectuado el primer señalamiento al respecto, no existen políticas de comunicación similares a las políticas económicas, las que desde nuestra perspectiva serían el ejemplo a seguir, en la medida en que no se quedan a nivel de enunciados, sino que pasan de estos a ser un vínculo entre la teoría y la práctica, vinculación que termina transformando la realidad. Esto no sucede en las Ciencias de la Comunicación, por lo que es urgente hacerlo, pero no sólo se requiere de esa acción transformadora, además las políticas de comunicación que se diseñen, para impulsar el crecimiento económico, tienen que estar acordes con las políticas de desarrollo, razón por la que, desde esa perspectiva, se somete a discusión la siguiente propuesta, donde a manera de ejemplo se toman algunos casos:

Propuesta de políticas de comunicación para el desarrollo

POLITICA	PROPOSITO
Política de comunicación ambiental	<p>Crear conciencia en la población para:</p> <p>Darle un uso sustentable a los recursos.</p> <p>Organizar y motivar su participación en la formulación y ejecución de proyectos sostenibles.</p>
Política de información/comunicación para la capacitación de los recursos humanos	Utilizar múltiples medios para informar a la población acerca de procesos de producción complejos y capacitarla en el manejo de nueva tecnología industrial y agrícola.
Política de información/comunicación para la seguridad e higiene industrial	Divulgar mediante múltiples medios Programas que repercutan en el incremento de los niveles de bienestar social de los trabajadores.
Política de información/comunicación para la innovación tecnológica y la generación de conocimiento para el desarrollo	Difundir, a todos los niveles, los avances tecnológicos, científicos y de nuevos procesos.
Política de comunicación participativa para la difusión de ideas favorables al desarrollo	<p>Difundir a través de múltiples medios conocimientos que:</p> <p><Permitan ir desplazando la mentalidad semifeudal que persiste en la mayor parte de la población (coexisten las ideas atrasadas con las modernas).</p> <p><Fomenten la cultura del ahorro, la aceptación de nuevas tecnologías y la integración de la mujer al cambio.</p>
Política de información/comunicación para la creación de sistemas de información para la orientación de las acciones de desarrollo	<p>Crear bases de datos con información sobre los recursos, características sociales y políticas, prácticas comunicacionales y competencias económicas de cada comunidad, para que sean la base para formular macro y micro proyectos de desarrollo viables a las mismas.</p> <p>Los sistemas de información ayudarían en la promoción de los productos que generen los proyectos y como base de datos para inversionistas.</p> <p>Impulsar la capacitación de la población en el uso de la computadora y la Internet.</p> <p>Apoyar el desarrollo y comportamiento organizacional de la población</p>

Los planes

Las políticas nacionales constituyen los lineamientos o procedimientos a seguir para cumplir con un propósito, pero por si mismas no se pueden llevar a la práctica, es necesario que tomen cuerpo en un plan, ya sea de desarrollo o de comunicación, según sea el caso.

El punto de partida de cualquier medida económica o comunicacional que se tenga que efectuar, para incidir en el crecimiento de la economía de una nación, tiene que ser planificada, en razón de que el logro de objetivos, solo es factible si se planean y realizan las acciones que son necesarias para el cumplimiento de tal fin, además las acciones efectuadas han de ser evaluadas. Esto constituye un proceso ineludible que se tiene que cumplir, amén de que existen lineamientos internacionales ha acatar, en cuanto a planes de desarrollo.

Al respecto, las diferentes agencias mundiales que fueron creadas para impulsar el desarrollo de los países atrasados, entre otras cosas, tienen establecidos procedimientos, para organizar el desenvolvimiento de las economías de sus países miembros, un lineamiento a seguir, es que todos deben de contar con un plan nacional de desarrollo.

El Plan Nacional de Desarrollo

Los planes nacionales de desarrollo pueden ser quinquenales o sexenales y deben contemplar en su estructura los siguientes aspectos: la elaboración de un diagnóstico y la formulación un pronóstico; la definición de los fines (objetivos y metas) y los medios (estrategias y políticas) y la evaluación de resultados.

La realización del diagnóstico y el pronóstico permite establecer las prioridades de cada país. La definición de fines establece; primero, que se quiere lograr, en qué lugar, en qué cantidad y en cuánto tiempo; segundo, cómo se piensa alcanzar y mediante qué procedimientos. La evaluación tiene la finalidad de comparar los resultados obtenidos por el plan frente a las metas previstas; verificar si las metas se están cumpliendo con eficacia, eficiencia, en tiempo y en forma; determinar si se debe de ampliar, consolidar o cancelar alguna acción; contribuir a la toma de decisiones oportunas en la ejecución del plan; corregir las desviaciones detectadas; y aportar elementos para enriquecer el plan, entre otras.

Otra cuestión fundamental de un plan nacional de desarrollo, es que este debe integrarse con los planes institucionales y los planes sectoriales. Ejemplo: si hablamos del área educativa de un país, la planificación de la misma, se inicia con los planes de cada una de las entidades educativas y concluye con el plan del sector educativo, el que pasa a constituirse en plan nacional de educación. Este junto con el plan nacional de industrialización, el plan nacional agropecuario y todos aquellos planes de los diferentes sectores económicos y sociales llegan a conformar el plan nacional de desarrollo.

Al integrar de esta manera, todos los sectores sociales y económicos de una nación, al proceso de planificación, quedan contemplados los diferentes aspectos y las necesidades de una sociedad. Sin embargo, en el caso de México, hay un gran ausente en dicho proceso: la comunicación. Nuestro país

no cuenta con el plan nacional correspondiente, existen únicamente, acciones comunicativas aisladas que realizan la Secretaría de Gobernación, la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Comunicaciones y

Transportes, principalmente, reduciéndose dichas acciones, a cuestiones normativas como leyes y reglamentos, sobre funcionamiento de medios y de comunicación social (prensa) del gobierno, así como a la construcción de infraestructura de telecomunicaciones y la creación de órganos regulatorios de los flujos y de las actividades comunicacionales como Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), la Comisión Nacional de Comunicaciones y la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación (RTC), por citar algunas.

El Plan Nacional de Comunicación

De acuerdo a lo establecido en el apartado anterior, para el caso de México, resulta indispensable la existencia de un Plan Nacional de Comunicación, para que esta pueda convertirse en una comunicación para el desarrollo. Esto en la medida en que a través de un plan se orienta y articula la generación de productos y acciones comunicativas

”...el irlandés Erskine Childers, fundador en el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas de una sección de comunicación para el desarrollo...el inglés John Willings, coordinador de investigación y planeamiento en el Sector de Comunicación de la central de la Unesco en París. Ambos eran, como yo, creyentes en la crucial importancia de la planificación de la comunicación, especialmente para los fines del desarrollo nacional”.
(<http://www.metodista.br/unesco/PCLA,2008>)

“En la revisión de literatura que hice para escribir esa tesis no encontré ninguna proposición teórica formal y desarrollada ni en general sobre planeamiento de

la comunicación ni, menos, en particular sobre instrumentos de éste, como políticas o estrategias. Encontré apenas unos pocos enunciados breves sobre el asunto...” (<http://www.nuso.org/upload,2007>).

Este comentario vertido por Beltrán, hace varias décadas, está vigente, la planificación de la comunicación sigue siendo una asignatura pendiente, volviéndose, por tal motivo, en una condicionante más de la factibilidad de la comunicación para el desarrollo.

Desde nuestro punto de vista no es necesaria una planeación específica para la comunicación, en la medida en que la metodología de la primera tiene una aplicación universal y únicamente se requiere adaptarla a la segunda, prueba de lo anterior es la siguiente cita de Daniel Prieto Castillo.

“...La formalización de objetivos se establece como la etapa más importante del proceso de planificación, pues comunican lo que se pretende alcanzar, orientan el desarrollo posterior del proceso de planificación y sirven de parámetros para medir el progreso del programa inicial y sus logros finales. Luego, sigue la tarea de plantear estrategias comunicacionales para lograrlos...” (<http://www.metodista.br/unesco/PCLA,2008>)

En la cita anterior, Prieto Castillo, menciona los términos proceso de planificación, objetivos y estrategias. Si revisamos la metodología de la planeación encontramos que se le señala a esta como; un proceso que se inicia, con la realización de un diagnóstico; continua con, el establecimiento de

objetivos y metas; el diseño de estrategias y políticas; y concluye, con la asignación de recursos y la evaluación de resultados.

Proyectos participativos de comunicación y desarrollo

Hemos establecido, en apartados anteriores, que la aplicación a la realidad de la comunicación para el desarrollo, requiere; en primer lugar, de las políticas nacionales de comunicación que establezcan los lineamientos a seguir; y segundo, de un plan nacional de comunicación donde se sistematicen los propósitos a cumplir. Pero el proceso no termina aquí, es necesaria una tercera condición: la aplicación a una realidad concreta de las políticas y los planes nacionales de comunicación, el vehículo que se utiliza para lograrlo son los proyectos, en la medida en que estos son una acción concreta, sistemática y racional que pretende lograr un efecto o producir un bien o servicio.

De acuerdo a lo anterior, los proyectos son el punto culminante del proceso, razón por la cual se requiere de la formulación de proyectos de comunicación para el desarrollo. En el campo económico, desde hace mucho tiempo, se utilizan los proyectos de inversión como medio de aplicación de los planes nacionales de desarrollo. Aquí como en la planeación, ya existen lineamientos para el caso, los que fueron elaborados por las agencias mundiales para el desarrollo y se conocen como: Guía para la formulación de proyectos de inversión, esta guía también tiene una aplicación universal.

Las deficiencias que se han observado en la puesta en marcha de los mencionados proyectos, es que algunos de estos fracasan, por la forma en que fueron decididos y formulados; cuando se dice que un proyecto es una acción

concreta, significa que es algo que se llevará a cabo en una comunidad específica. Aquí es donde está el error, los proyectos que fracasan, son aquellos donde no es tomada en cuenta la población y éstos les son impuestos desde arriba, imposición que ocasiona acciones inadecuadas, en objetivos y tamaño, para la comunidad.

En conclusión, los proyectos son imprescindibles, pero además tienen que ser sustentables, participativos, sustentados y de tamaño macro o micro, según la realidad de que se trate. En el capítulo siguiente ahondaremos en este tema.

2. EL IMPULSO DEL DESARROLLO SUSTENTABLE EN MEXICO, MEDIANTE POLITICAS PARTICIPATIVAS

En el apartado 1.3.1.3 del capítulo 1 se plantea la necesidad de “otro desarrollo” y “otra comunicación”, cuya esencia; en el primer caso, queda expresada en la consideración del hombre como sujeto del desarrollo y protagonista activo del mismo; y en el segundo, en devolver la palabra a quienes les fue negado el derecho de expresión. Esto queda profundamente expresado en la siguiente cita de Luis Ramiro Beltrán:

La comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios – masivos, interpersonales y mixtos – para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría (<http://www.nuso.org/uploa/2007>, 2007).

Lo planteado en el apartado de referencia, resumido anteriormente, es algo que no podemos pasar por alto, sería echar por la borda la experiencia colectiva de décadas. Por tanto, antes que nada, debe definirse el tipo de desarrollo que se quiere impulsar, al respecto, se propone aplicar políticas participativas en la planificación, en la formulación de proyectos y en la comunicación para el desarrollo, entre otras cosas.

Aunado a lo anterior, es necesario establecer prioridades nacionales y vislumbrar las condicionantes que pueden representar un obstáculo para las acciones a realizar.

Tomando en cuenta lo antes expuesto, se formula a continuación una propuesta concreta para impulsar el desarrollo sustentable en México, mediante acciones participativas. Dicha iniciativa contempla tres aspectos: la delimitación de la aplicación de la propuesta, las condicionantes de la misma y las alternativas que la harían factible. Estos aspectos serán explicados en los apartados que se abordan a continuación.

2. 1. Delimitación de la aplicación de la propuesta: La zona rural, prioridad en el desarrollo nacional

El impulso al desarrollo sustentable que se propone, se circunscribe al medio rural mexicano, en razón de que en éste es mayor el atraso económico y las necesidades sociales, con respecto a las grandes concentraciones urbanas de nuestra nación. La atención del campo es prioritaria por lo siguiente:

El agro mexicano tiene un atraso histórico considerable, haciendo un corte a partir del gobierno de Miguel Alemán Valdez (1946-1952), encontramos que en este sexenio se incrementa la depauperación de las familias campesinas, las cuales para huir de la pobreza empiezan a emigrar a la Ciudad de México.

La causa principal de la expulsión migratoria, la encontramos en la decisión de Alemán de suspender la reforma agraria (reparto de latifundios y apoyo técnico y financiero al campo), medida que algunas voces críticas de entonces y ahora, denominan como contra reforma agraria, esto en razón de que, al decretarse

en este mandato el amparo agrario, se legislaba para que los terratenientes que todavía no habían sido afectados conservaran sus latifundios; aunado a esto, se suspenden los apoyos técnicos y financieros gubernamentales.

A lo anterior, se suma el crecimiento explosivo de la población que, en aquella época y hasta la década de los 70, era de alrededor del 3 %, en promedio, de las más altas del mundo. La decisión política junto con la explosión demográfica ocasiona una reacción en cadena que se inicia con un déficit en la producción de alimentos, continua con un mayor número de campesinos sin tierra, impacta en un empobrecimiento de las familias campesinas y concluye con la migración campo-ciudad, en la medida en que los campesinos, se ven obligados, a salir a buscar sus sustento en otras latitudes.

En la medida en que en el siguiente sexenio, Adolfo Ruiz Cortinez (1952-1958), se mantiene la política de Miguel Alemán, la situación antes descrita, tiende a agravarse, registrándose una de sus mayores repercusiones en las décadas de los 60 y 70.

Sin lugar a dudas, en México, uno de los indicadores más representativos, de hoy y siempre, de la pobreza y el abandono que prevalece en el medio rural, es el fenómeno migratorio campo-ciudad, la gravedad y el tamaño de éste, durante las décadas señaladas en el párrafo anterior, se refleja en el desmedido crecimiento de la concentración urbana del Valle de México, algunas de las principales ciudades de éste, registraron en los años de referencia, un crecimiento explosivo de su población, motivada por fuertes corrientes migratorias provenientes de todas las zonas rurales del país. Las

ciudades de dicho valle que más crecieron, fueron las que se observan en el siguiente cuadro.

CIUDAD	CRECIMIENTO
Netzahualcoyotl	En 1960 esta ciudad prácticamente no existía En 1970 contaba con 571 mil habitantes En 1973 ya tenía 1 millón de personas
Ecatepec	De 1960 a 1970 esta ciudad cuadruplico su población
Naucalpan	De 1960 a 1970 aumento su población en 335%
Tlalnepantla	Durante la década de referencia aumento su población en 254%

Fuente: Cuadro elaborado con información de Padilla Aragón Enrique, "México desarrollo con pobreza", Siglo XXI, Méx. , 1974

En el cuadro anterior, nos damos cuenta del tamaño que alcanza, en cuatro ciudades, el éxodo campesino. Sin embargo, a pesar de la enorme dimensión de éste, sólo es la cola del dinosaurio, cuyo cuerpo total es el siguiente: "... en 1940 la población urbana era del 20% y la rural de 80%; en 1970 la proporción cambio 45:55..." (Padilla, 1974, p. 40).

La situación de marginación que se describe, se agrava en el periodo del gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), en la medida en que durante éste sexenio se remata la contra reforma agraria emprendida por

Miguel Alemán. Dicho remate se concretiza con la modificación, en 1992, del artículo 27 de la Constitución Mexicana.

La reforma salinista al 27 constitucional dio por concluida la reforma agraria; en la práctica legalizó los latifundios existentes, y sentó las bases para la privatización del ejido, medida encaminada a establecer condiciones propicias al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, TLCAN, y que ha traído resultados nefastos para el campo, al que ha postrado, y para los campesinos mexicanos, a los que ha condenado a la más espantosa miseria. (<http://www.dialogonacional.org.mx>, 2008)

En la actualidad, el abandono del medio rural persiste y por tanto el problema migratorio sigue vigente como tal y como indicador de la pobreza de las familias campesinas de México, sólo que hoy, la gente del campo se traslada, principalmente, a los Estados Unidos y es acompañada por los habitantes de las grandes ciudades, a los cuales, también, ha alcanzado la pobreza extrema.

En diferentes periodos de la historia de nuestro país, encontramos movimientos migratorios de grupos de mexicanos hacia E. U., motivados por diversas circunstancias, pero sólo a partir de la década de los 60, la expulsión de personas se ligó estrechamente a problemas de marginación y mantendrá una tendencia ascendente hasta nuestros días.

De acuerdo a informes (comunicado de prensa 2004) de la Comisión Nacional de Población (CONAPO), en los sesenta, el promedio anual de emigrantes hacia el país vecino, era de 26 a 29 mil personas; durante los primeros cinco

años del nuevo siglo, la cifra promedio alcanzada, fue de más de 300 mil personas por año. Este traslado masivo de población nacional, ha dado lugar a la conformación de una comunidad de origen mexicano de gran magnitud, ésta en 2004 llegó a la cantidad de 26.9 millones, de los cuales 10.2 millones correspondían a personas que nacieron en México y alrededor de 16.7 millones a las nacidas en Estados Unidos de ascendencia mexicana.

La cantidad de emigrantes por año sigue creciendo, en su comunicado de prensa 2006, la institución de población mencionada, señala que durante el año de 2005, el número de personas que cruzó la frontera en busca de trabajo fue cercana al medio millón por año. En nuestro panorama económico nacional, no se vislumbra una solución a fondo y a corto plazo para este problema, prueba de ello es el comunicado de prensa 2007 de la CONAPO, donde se estima que la corriente migratoria de mexicanos hacia Estados Unidos aumentará 40 por ciento (poco más de 559 mil personas) en el año de referencia.

Si bien es cierto que, en los últimos años, el problema migratorio que venimos describiendo alcanza, según estudios de CONAPO, a todas las entidades y a la casi totalidad de los municipios de la República, y toca los diversos segmentos de ingreso, los habitantes del medio rural, principalmente, en sus zonas más marginadas, continúa siendo el punto de origen del éxodo migratorio.

Varios indicadores y elementos más se pueden reseñar, para demostrar lo apremiante que resulta promover el desarrollo en el medio rural. Sin embargo, pensamos que el indicador migratorio que hemos descrito anteriormente, es más que suficiente, para darnos cuenta de la situación de marginación, en que viven millones de mexicanos, radicados en comunidades agrícolas.

1. 2. Las condicionantes de la propuesta: La existencia de lineamientos, planificación y profesionales que apliquen la comunicación para el desarrollo

Para impulsar el desarrollo sustentable, en condiciones más favorables, se requiere, adicionalmente a la adopción de “otro desarrollo” y “otra comunicación”, la existencia de instrumentos, mecanismos y personas que faciliten y operen las acciones que se tengan que emprender. Esto es, se tienen que diseñar políticas comunicacionales para el impulso del desarrollo; elaborar un plan nacional de comunicación y que éste forme parte integral de un Plan Nacional de Desarrollo de México; y contar con profesionales con habilidades para aplicar la comunicación alternativa enfocada al desarrollo rural. Ello se analiza en los cuatro puntos siguientes.

2. 2. 1. La vocación y tradición de las Políticas de comunicación en México, condicionan la aplicación de una comunicación para el desarrollo

Para conocer las posibilidades que tiene México de contar con políticas de comunicación para el desarrollo, es necesario, entre otras cosas, estar al tanto de la vocación y tradición que tiene nuestro país sobre el particular, esto es posible saberlo analizando los antecedentes al respecto.

Las Primeras políticas de comunicación que se aplican en nuestro país (1921-1940), son de carácter normativo, de fomento a la radio y con fines propagandísticos.

El nacimiento de la industria mexicana de la radio, se ubica en la década de los 20, este nacimiento está ligado al interés que tiene el estado mexicano, en ese momento, de darle una aplicación política a este medio. Recordemos que en los años de referencia, se vive la etapa posrevolucionaria y los gobernantes del periodo buscan consolidar el poder mediante la pacificación, la reconstrucción y la unidad nacional. Aquí la difusión masiva de ideas y hechos favorables a tales cuestiones es vital, razón por la cual el Estado se interesa por la radio.

Dadas las limitaciones financieras de los gobiernos emanados de la Revolución, éstos se ven impedidos para instalar y mantener por su cuenta estaciones de radio, motivo por el que adoptan la posición de Estado rector y se van por la vía de aplicar una política de comunicación que promueva un sistema de propiedad mixto, impulse la participación del sector privado y ubique al gobierno en el control jurídico y administrativo de la actividad.

La utilización de la radio con fines políticos y sociales, tuvo mayor auge en el periodo del presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940), éste impulsó su uso en actividades de desarrollo, educativas y culturales. Asimismo, dada la confrontación con Plutarco Elías Calles y con la burguesía nacional y extranjera, en 1937, el gobierno cardenista se vio obligado a crear el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), con la finalidad de contrarrestar la campaña que venían orquestando en su contra los aludidos anteriormente. Con el DAPP, se logró el control de la difusión de contenidos, de los diferentes medios de esa época, evitando de esta manera los ataques en contra del régimen.

Las acciones gubernamentales, en materia de radio, realizadas de 1921 a 1940, nunca rebasaron los límites normativos, propagandísticos y de censura, razón por la cual, de ningún modo se llega a consolidar una radio mexicana estatal y privada de tipo social, limitándose la participación del gobierno, en los últimos años del periodo de referencia, a la producción de la “Hora nacional” (creada en 1937).

En el contexto de la política radiofónica gubernamental, antes comentada, fue creciendo y consolidándose la radio comercial”. Entre 1934 y 1940, el número de estaciones de radio aumentó casi al cien por ciento, de 68 llegó a un total de 113 (Ramos, 2007, p. 64). Este crecimiento siempre estuvo orientado por la lógica de mercado y jamás se hicieron presentes proyectos radiofónicos, con una visión social del uso del medio, que promoviera la participación comunitaria y reflejara la problemática de la sociedad.

El carácter privado de la radiodifusión, se consolida con la creación, en 1939, de la Comisión Consultiva de Radio, organismo que se fija como objetivo dirigir, administrar y resolver los problemas del sector radiofónico comercial, integrándose para el efecto un comité formado por representantes del gobierno y por miembros de la Cámara Nacional de Transportes y Comunicación, organización a la que pertenecía la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC). Este cuerpo colegiado, permitió, a los empresarios de la radiodifusión tomar en sus manos el destino de la industria, además de ponerlos en ventaja en sus negociaciones con el Estado.

Para el periodo 1940-1960, las políticas de comunicación se enfocan, primordialmente, hacia el impulso del desarrollo de la televisión.

Miguel Alemán Valdés (1946-1952), es quien inicia la construcción de un modelo comercial de televisión, similar al que se implementaba, en esos años en Estado Unidos, sin tomar en cuenta, siquiera, la opción que representaba la televisión de tipo público y social, que se aplicaba en Canadá, Gran Bretaña y varios países europeos.

El gobierno alemanista, con fines propagandísticos, pretendía a toda costa contar en el corto plazo con una red televisiva de cobertura nacional, siempre en manos del capital privado. Para apoyar el crecimiento de la incipiente industria de la televisión, implementó una política proteccionista, consistente en condonar a las empresas televisoras el pago de impuestos, otorgarles permisos de libre importación de equipos y legislar a su favor, entre otras.

En este contexto, se otorgaron las primeras concesiones, a los tres canales pioneros del sector: XHTV Canal 4 (Rómulo O`Farrill, 1950); XEWTV Canal 2 (Emilio Azcárraga, 1951); y XHGC Canal 5 (González Camarena, 1952). El carácter proteccionista y carente de interés público de la televisión mexicana, se mantuvo durante todos estos años y persiste hasta nuestros días (Ley Televisa).

Sin embargo, a partir de 1940, motivadas por diversas circunstancias, se han presentado algunas acciones que rompen, un poco, con la predominante orientación privada de los medios electrónicos mexicanos. La primera acción, es la aparición del canal 11 del Instituto Politécnico Nacional que sale al aire en 1959 con la intención de ser una televisión con vocación cultural y educativa. Esta gestión, llevada a cabo durante el gobierno de Adolfo Ruiz Cortinez (1952-1958), nació débil y nunca contó con el respaldo total y absoluto

de este régimen, reflejándose esto en sus carencias de todo tipo, en su limitada cobertura, en la baja calidad de su programación y en su escasa audiencia, situación que perduró durante décadas.

Las políticas de comunicación aplicadas durante los gobiernos de Adolfo López Mateos (1958-1964) y Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), siguen enfocadas a los medios electrónicos, presentando dos posiciones encontradas; López Mateos, continúa la dinámica de ceder y conceder todo a los empresarios; y Díaz Ordaz, trata de detener los excesos. En forma más explícita la narración de hechos es como sigue:

En la década de los 60, la relación de colaboración y ayuda mutua, entre gobierno y medios, ya tiene lazos muy fuertes y estrechos, lo que queda de manifiesto con la promulgación, en 1960, de la Ley Federal de Radio y Televisión, donde a pesar de que expresamente se señala el “interés público” de los medios, no se especifica cuestión alguna sobre el cómo y cuándo el Estado utilizará e impulsará la creación de medios públicos. Al no existir mención alguna sobre la promoción de la cultura nacional y la educación a través de la radio y la televisión, esto queda sujeto al criterio de los concesionarios.

Sin ninguna obligación y restricción de por medio, las radiodifusoras y las televisoras comerciales, quedan liberadas de todo compromiso con el gobierno y la sociedad, situación que deja la puerta abierta, para que los medios electrónicos se conviertan en la voz y el poder de la nueva y vieja oligarquía mexicana, en este momento, en pleno periodo de consolidación.

Gustavo Díaz Ordaz intenta retomar el control de la situación, mediante el establecimiento de una Comisión Intersectorial, encargada de coordinar los tiempos oficiales en los medios comerciales, es decir, se trata de hacer efectivo el tiempo a que tiene derecho el Estado en los medios electrónicos. Esta medida no será vista con buenos ojos, por parte de los empresarios y éstos regatearán la medida (hasta nuestros días), a través de triquiñuelas como el ceder el tiempo en horarios inadecuados (horas de la media noche).

La política de medios de Díaz Ordaz, no logra grandes avances y finalmente éste cede, por el servicio que le proporcionan los magnates de la prensa, al callar los hechos sangrientos del 2 de Octubre de 1968.

La década de los 70, periodo de mayor florecimiento de las acciones gubernamentales en cuestiones de comunicación

En la década de los 70 y parte de los 80, el Estado mexicano, logra su mayor participación en materia de medios de comunicación, siendo durante los mandatos de Luis Echeverría Álvarez y José López Portillo, cuando esto tiene lugar.

Luis Echeverría Álvarez (1970-1976)

La participación del gobierno en este periodo, no solo en medios, sino en la actividad económica en general, será coyuntural y motivada por la crisis mundial, la que ocasiona altos niveles de desempleo y una inflación persistente en nuestro país, lo que causará estragos en las empresas, obligando a varias de ellas a cerrar, creándose así un déficit de inversión privada, que el Estado

tiene que cubrir con la inversión pública para superar la emergencia. Asimismo, aunada a la crisis económica, se presenta una crisis social que, se manifiesta en un amplio movimiento guerrillero que abarca varios puntos del territorio nacional.

Las circunstancias antes señaladas, crearon las condiciones propicias, para una mayor participación del Estado en la economía y en las actividades comunicacionales, manifestándose esto último, en la creación de varios organismos gubernamentales para regular, supervisar y controlar el ejercicio de la comunicación y en la adquisición de diversas estaciones de radio y televisión. En 1972 el gobierno federal adquirió el Canal 13 y Televisión Rural de México, la que a la postre sería llamada Televisión de la República Mexicana (TRM).

Como este rápido incremento de la incursión estatal en el sector mediático fue producto de la coyuntura económica y política del momento, el gobierno en turno no estaba preparado para enfrentar, en mejores condiciones, esta situación, razón por la cual la política de comunicación de Luis Echeverría se hizo sobre la marcha y nunca se pudo concretar un plan con propósitos claros, para impulsar el desarrollo de la radio y la televisión, con un sentido de utilidad pública y social.

En este ambiente de improvisación se desarrollara TRM, sin contar con el personal directivo especializado y experimentado, ni tener definido el modelo de televisión a seguir, ni poseer claridad en sus objetivos. Dadas estas circunstancias, no se podía esperar una programación de buena calidad y, en los hechos, siempre fue deficiente.

Aunado a lo anterior, los canales de TV gubernamentales siempre tuvieron el sello del partido en el poder, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), consistente, entre otras cosas, en que éste, siempre ponía al frente de las diferentes empresas paraestatales, personas que no contaban con el perfil profesional requerido. Aquí lo que contaba era estar bien con el PRI. Otra característica del priísmo, era que todo lo convertía en medio propagandístico, con fines de control ideológico, llenando de alabanzas al gobierno en turno.

Para tal efecto, la TV le venía como anillo al dedo, motivo por el cual, ésta se condujo todo el tiempo con criterios políticos.

Desde su origen la televisión estatal no logró liberarse del control político de un sistema de gobierno corporativista y autoritario. La historia de esta televisión estuvo determinada por la política sexenal del gobierno en turno y los cambios constantes afectaron el rumbo y los desdibujados objetivos de la televisión estatal (Ramos, 2007, p. 70).

Aprovechando esta dinámica de estatización, en 1973, Echeverría intenta promulgar una nueva ley en materia de comunicación, pero la fuerte oposición del capital privado se lo impide y el intento se reduce a la creación del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, el cual no es suficiente para orientar el desarrollo de la televisión estatal y hacer cumplir a los medios comerciales sus responsabilidades y compromisos con la sociedad.

El avance gubernamental en la actividad comunicacional, será contrarrestado por la reestructuración de las empresas privadas, las que a partir de este momento tienden a convertirse en los grandes monopolios mediáticos que hoy conocemos, tal es el caso de Televisa, creada en 1973, al fusionarse

Telesistema Mexicano (Emilio Azcarraga) y Televisión Independiente de México (Grupo Alfa, Monterrey).

La formación de grandes corporativos de TV y radio, fortalecerá aun más a los empresarios del sector y les permitirá detener todo intento gubernamental por regular la industria mediática y limitar sus privilegios, así como tener una gran influencia en la definición de las políticas de comunicación de los años setenta y hasta nuestros días.

Cabe destacar que el gobierno mexicano, con Luis Echeverría a la cabeza, juega un papel muy activo en el Movimiento de Países No Alineados, manteniendo una posición combativa en los foros internacionales y realizando acciones como la creación del Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo (CEESTEM). El movimiento de los no alineados tuvo sus mejores días, en el periodo comprendido de 1964 a 1976.

Los avances logrados por Luis Echeverría, en materia mediática, no trascendieron de lo antes reseñado, por las inconsistencias de su política de comunicación, por la presión de los monopolios mediáticos, pero sobre todo, porque, a mediados de su sexenio, se empieza a agudizar la problemática social, hasta alcanzar estallidos violentos y sobreviene una devaluación del peso, producto del crecimiento del déficit del gasto público, el cual se utilizó para el establecimiento de empresas estatales pésimamente administradas, como ya se indicó.

José López Portillo (1976-1982)

Durante este sexenio, después de posponerse, por los descubrimientos petroleros de esos años, la crisis política y económica que amenazó a nuestro país con un estallido de gran alcance, la nación mexicana vive una bonanza pasajera que se manifiesta en diversos ámbitos; el campo de la comunicación no fue la excepción, aquí, durante estos seis años, se logran los mayores avances que registra la historia, contribuyendo a ello, el contexto mundial de las décadas de los 70 y 80 (debate del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación-NOMIC-).

La ebullición política causada por el Informe McBride, llega a México y toma cuerpo, en la organización, por parte del gobierno, en coordinación con la UNESCO y la Federación Latinoamericana de Periodistas, de debates y seminarios en torno al NOMIC, así como en la creación de agencias de noticias nacionales y regionales como fueron los casos de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI) y de Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN); la primera, creada en 1984, con agencias similares en África y Asia; la segunda, fundada en 1979 en la Ciudad de México, como producto de un acuerdo interestatal firmado por 13 países de América Latina y el Caribe. La finalidad de estas organizaciones, era crear un sistema alternativo de noticias a nivel regional y contrarrestar los flujos informativos de las agencias internacionales.

Aunado a lo anterior, se crea la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación; la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE); la Unidad de

Televisión Educativa y Cultural (UTEC), de la Secretaría de Educación Pública; se otorgan señales de televisión a los gobiernos de los estados de Veracruz, Yucatán e Hidalgo; y Televisión de la República Mexicana (institución estatal), que llega a contar con 129 estaciones transmisoras en todo el país.

Asimismo, a partir de 1979, el Instituto Nacional Indigenista, adopta a la radio como medio para coadyuvar al cumplimiento de sus funciones, estableciendo para ello, inicialmente, seis estaciones de radio comunidad indígena, en el mismo número de estados de la República con población de estas características.

En la efervescencia del NOMIC, José López Portillo, incluye en el Plan Básico de Gobierno 1976-1982, acciones tendientes a garantizar el derecho a la información e instruye a Jesús Reyes Heróles, Secretario de Gobernación, para que realice las gestiones necesarias para incorporar dos aspectos a la Constitución Mexicana:

1. El carácter educativo, social y democrático de los medios de comunicación, garantizado por el Estado; y
2. La ampliación del tiempo de los partidos políticos en los medios masivos de comunicación, para promover de manera permanente la educación política de la sociedad.

En la misma dinámica, queda de manifiesto que, para José López Portillo, era primordial que México contara con políticas nacionales de comunicación, así como con un sistema nacional de comunicación social, pues ello permitiría canalizar la utilización de los medios de comunicación, hacia el impulso del

desarrollo del país. Esto queda plasmado en el libro: “Políticas y sistemas nacionales de comunicación social”, publicado en 1981 por la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República.

La reglamentación del derecho a la información y la intención de establecer políticas nacionales de comunicación en México, fueron mal vistos por los dueños de los medios, quienes, con Televisa a la encabeza, se opusieron a cualquier cambio y disposición argumentando que esto atentaba contra la libertad de expresión. Como salida lateral, los concesionarios mexicanos proponen una autorregulación de los medios y una valoración ética y moral de la labor periodística, adoptando de esta manera, la posición de las empresas transnacionales opositoras al NOMIC.

Finalmente, esgrimiendo la bandera de la no intervención del Estado en la actividad mediática, por ser atentatorio de la libre opinión, los dueños de las empresas privadas de comunicación, logran enturbiar el ambiente político y crean corrientes de opinión en contra del gobierno, razón por la que éste se ve obligado a dar marcha atrás en la reglamentación jurídica del derecho a la información y en la disposición de implementar políticas comunicacionales.

Sumado a lo anterior, los medios privados, en particular Televisa, fueron ganando credibilidad, audiencia, capacidad económica y poder político. Paradójicamente, esto lo obtienen gracias al apoyo del mismo gobierno vía permitirles el acceso a información privilegiada, el otorgamiento de toda clase de dádivas, compra de espacios para la difusión de mensajes gubernamentales y trato fiscal preferencial, entre otros. En contraste, la televisión estatal no tenía credibilidad; su audiencia era escasa por la mala

calidad de su programación, enfrentaba limitaciones financieras; su administración era deficiente (los puestos ejecutivos eran un trampolín de los priístas) y, sobre todo, reinaba una enorme corrupción.

el periodo de López Portillo ha sido considerado, por investigadores y estudiosos de la comunicación, como el más caótico en el manejo de los medios del sector estatal...En el caso de la televisión, la inconsistencia administrativa, los abusos de poder y el despilfarro de los recursos públicos en una empresa que estaba más preocupada por complacer a algunos funcionarios del sector gubernamental que en cumplir su responsabilidad social y cultural, fueron hechos que contribuyeron al desgaste de la televisión del Estado. (Ramos, 2007, p. 75).

A pesar del interés de López Portillo, por implementar algunas cuestiones del NOMIC en nuestro país, no demostró tener la claridad ni la intención suficiente para democratizar el funcionamiento de los medios de comunicación mexicanos, garantizar la función pública y social de éstos e impulsar el desarrollo y consolidación de las empresas mediáticas de propiedad estatal, motivo por el cual no se alcanzaron mejores metas.

El periodo de 1982 al 2000, etapa de retroceso de las Políticas gubernamentales de comunicación en México

En el periodo de 1982 al 2000 se desarrollan los mandatos presidenciales de Miguel De la Madrid Hurtado, Carlos Salinas De Gortari y Ernesto Zedillo. Éstos, obligados por las circunstancias y por sus convicciones, darán marcha atrás a lo logrado, en la actividad comunicacional, en los dos sexenios anteriores.

Miguel de la Madrid Hurtado (1982 a 1988)

Cuando, en la segunda mitad de la década de los 70, se descubre el enorme yacimiento de petróleo de Cactus, Chiapas, José López Portillo, presidente en turno, lo celebra diciendo que, los mexicanos teníamos que prepararnos para administrar la abundancia. Una vez pasado el encanto petrolero, y registradas dos bruscas devaluaciones del peso en el último año de su gobierno, la filosofía popular ubica en el nuevo contexto a esta frase y ahora señala que a Miguel De la Madrid le tocó administrar la crisis.

Efectivamente, la crisis económica que circunstancialmente se pospuso durante seis años, finalmente estalla durante el sexenio de De la Madrid. En este periodo, México vive los peores años de su historia moderna, los estragos económicos, políticos y sociales que causa esta situación, requerirían de miles de páginas para reseñarlos. Sin embargo, varios estudiosos del problema, acuñaron un indicador que resume el impacto negativo de la crisis, quedando, éste expresado, en considerar a los 80, como “la década perdida”, debido a que los niveles de bienestar de la población mexicana, registrados en este momento, regresaron a los que tenían en 1970.

Ante la presión de un elevado déficit presupuestal, una devaluación diaria durante seis años, una hiperinflación sexenal y una insolvencia financiera para pagar la deuda gubernamental, Miguel De la Madrid, inicia una serie de ajustes para enfrentar esta problemática. En lo concerniente a las empresas estatales de comunicación, en primer lugar éstas serán objeto de una reordenación y en segundo, se irán perfilando para ser vendidas durante el gobierno de Carlos Salinas.

La reordenación, realizada en 1983, consistió en desconcentrar las actividades de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), mediante la creación de tres nuevos organismos: el Instituto Mexicano de Cinematografía, el Instituto Mexicano de Televisión y el Instituto Mexicano de la Radio.

Otra cara de la reordenación, fue la tentativa de hacer autofinanciables a las empresas gubernamentales de medios, para ello, en 1985 se creó Imevisión, con el fin de constituir todo un sistema televisivo, conformado por estaciones regionales, una coordinación de estaciones repetidoras, unidades de producción y redes de televisión como lo fueron el Canal 13 con 47 repetidoras; el Canal 7 con 99 repetidoras; el Canal 22 del Distrito Federal; el Canal 8 de Monterrey; el Canal 2 de Chihuahua y el Canal 11 de Ciudad Juárez. Con este sistema se pretendía ser competitivo, para poder operar comercialmente y de esta manera llegar a ser una empresa autofinanciable.

El objetivo de convertir a Imevisión en una empresa competitiva y rentable no se cumplió y se empezó a desintegrar en 1990, cuando fueron vendidos los canales 7 y 22 del D. F., 8 de Monterrey y 2 de Chihuahua. Finalmente, fue vendida en su totalidad en 1993.

Otra medida adoptada para enfrentar la crisis, fue el rediseño de la política gubernamental de difusión y propaganda, consistente en concentrar el gasto publicitario, en sólo unos cuantos periódicos de circulación nacional. Esto también le sirvió como cubierta, para reprimir económicamente (distribución discrecional de publicidad y de suministro de papel), a todos aquellos medios impresos que le resultaban incómodos. En este tenor, la Secretaría de Gobernación desempeñó funciones de censura y de control de los medios.

Muy poco fue lo logrado por el gobierno de Miguel De la Madrid, no sólo en lo que a medios se refiere, sino también en lo general y terminó dedicándose a, literalmente, administrar la crisis.

Carlos Salinas de Gortari (1988 a 1994)

A Carlos Salinas no sólo le toca enfrentar lo más agudo de la crisis económica, sino también el conflicto político ocasionado por las elecciones presidenciales, con sospechas de fraudulentas, en las que resultó triunfador.

Las medidas que adopta para remontar la situación estuvieron dictadas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y consistieron en aplicar un programa de choque para contener la inflación, poner en práctica una economía de mercado, alentar una apertura comercial (TLC), permitir una mayor inversión extranjera, reducir el gasto público, suprimir los subsidios gubernamentales, seguir una política de congelamiento de salarios y vender las empresas paraestatales de todo tipo. A este conjunto de medidas se le conoció como “neoliberalismo económico”.

Para justificar la aplicación de estas medidas, Carlos Salinas dijo a la nación:

...el Estado paternalista llegó a su fin, no hay otra opción, el Estado, aunque quisiese permanecer proveedor, paternalista, absorbente, lo haría cada vez más ineficientemente y se debilitaría. El panorama internacional nos está mostrando día a día que el Estado avasallador está en retirada. Una retirada, por cierto promovida por quien se supone era su beneficiaria: la sociedad misma (Ramos, 2007, p. 79).

Este sofisma, impactó a una sociedad atribulada por la crisis y amplios sectores de la misma, con su silencio, consintieron la puesta en marcha de la privatización de todas las empresas del Estado, entre ellas las mediáticas.

El proceso de privatización de las empresas de medios, se inició en 1990 y se concretó hasta 1993, cuando finalmente se puso a la venta, en forma de paquete, las redes nacionales: Canal 7 y Canal 13, Impulsora de Televisión de Chihuahua, el periódico *El Nacional*, Estudios América y Compañía Operadora de Teatros.

En subasta pública, con sospechas de fraudulenta, el paquete de medios, con excepción de El Nacional, le fue otorgado a una empresa de nombre Radio Televisora del Centro, sin experiencia comprobada en la actividad televisiva y propiedad de Ricardo Salinas Pliego, de quien se sospecha, hasta el día de hoy, es prestanombres de Carlos Salinas De Gortari.

Con esta decisión gubernamental, se da margen a la creación de un duopolio electrónico en México (Televisa y TV Azteca) y se entrega al capital privado, el desarrollo y la operación de los medios de comunicación de nuestro país, quedando reducida a su mínima expresión, la posibilidad de una vía estatal, la cual es representada por los canales 11 y 22, únicos que no fueron vendidos y que, en 1994 serán integrados, en un organismo creado ex profeso para el efecto, denominado Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C. , red que con todo tipo de limitaciones, no representará mayor alternativa para una televisión mexicana de enfoque social y de utilidad pública. En este sexenio, entramos de lleno, al igual que la economía en su conjunto, a una política de comunicación de mercado.

Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000)

Como durante este gobierno se profundiza en la aplicación de las medidas neoliberales e irrumpe una nueva crisis financiera, continúa el retiro del Estado

de las actividades comunicacionales, reduciéndose su intervención a cuestiones marginales, como el mantenimiento de la Red Nacional de Televisoras y Radiodifusoras Educativas y Culturales y la apertura, en el año 2000, del Canal del Congreso. Asimismo, Zedillo, se pronunció por la autorregulación de los medios, a través de códigos de ética y normas internas de conducta, tal como lo venían haciendo, desde mediados del siglo XX, las empresas mediáticas de algunos países europeos. La ausencia rectora del Estado, ocasiona que la iniciativa privada, siga consolidándose y adueñándose del campo mediático mexicano, quien, gracias a esto, seguirá una firme tendencia de carácter monopólico.

Las políticas de comunicación del gobierno del cambio, que nada cambiaron, presidencia de Vicente Fox Quesada 2000 a 2006

En julio del año 2000, concluye una larga dictadura de partido de Estado producto de un proceso electoral, en el que triunfó un candidato que dijo representaba el cambio. Dicho cambio, cuando menos en el sector comunicacional, hasta el momento no se ha visto. Prueba de ello es lo siguiente.

De manera furtiva, señala Nubia Ramos (2007), la administración de Vicente Fox hizo llegar a unos cuantos privilegiados, un documento de cuatro cuartillas, titulado “Políticas de comunicación del nuevo gobierno”, siendo tres los aspectos principales de las mismas: derecho de la sociedad a la información, derecho social a la libre expresión y derecho ciudadano a participar en las

decisiones públicas. Nada nuevo bajo el sol, las mismas banderas de los gobiernos priístas en materia de medios de comunicación.

La prueba palpable, de la continuación de la línea marcada por las administraciones anteriores, por parte de Fox, fueron sus reiteradas y vehementes declaraciones, en cuantas ocasiones le fue posible, acerca de la admiración que sentía por el neoliberalismo económico y sus supuestas bondades. Todavía, durante su último año de gobierno, no se cansó en rendirle culto al modelo neoliberal, al llamar a los mexicanos a mantener el rumbo, utilizando para ello, una de sus tantas frases coloquiales: “No hay que cambiar de caballo a medio río”.

Durante los seis años de gobierno de Vicente Fox, no solo se mantuvieron intactas las políticas de comunicación, establecidas por Carlos Salinas y continuadas por Ernesto Zedillo, sino que pasó del Estado benefactor de la sociedad, al Estado benefactor de los oligarquías mediáticas, siendo una prueba irrefutable de ello el despojo a la nación, que pretendían realizar las televisoras a través de la llamada Ley Televisa, ley que con su silencio, Fox siempre apoyó y posteriormente con su rúbrica avaló, al firmar el decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión. Dicho decreto fue publicado el 12 de abril de 2006 en el *Diario Oficial de la Federación*. Con la aprobación y aplicación de la ley de referencia, se da lugar a:

- El establecimiento de un modelo mediático que permitirá que más del 80 por ciento del cuadrante permanezca en manos de dos compañías de

televisión, garantizando un negocio multimillonario al abrir su campo de expansión a las telecomunicaciones.

- Ubicar a México como el único lugar en el mundo con los mayores monopolios de medios electrónicos.
- Cerrar el acceso al espectro radiológico a pequeñas empresas, a instituciones educativas y a la comunidad en general, en la medida en que Televisa y TV Azteca tendrían todo el control sobre el otorgamiento y la comercialización de las concesiones de radio y TV.
- La entrega a perpetuidad, de manera gratuita y de forma ilegal, del espectro radioeléctrico a las empresas monopolistas de televisión y de radio. De consumarse esto, se constituiría en uno de los mayores despojos de los bienes de la nación, ello tomando en cuenta, el valor de miles de millones de pesos que tiene el espacio radial.

Lo controvertido de la Ley Televisa motivó, al momento de ser aprobada en la Cámara de Senadores (31 de marzo de 2006), una votación dividida de 81 votos a favor, 40 en contra y dos abstenciones. Al perder la votación, los opositores a la mencionada ley, recurrieron a la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), interponiendo una controversia constitucional (5 de mayo de 2006), para que este cuerpo colegiado, después del trámite correspondiente, tuviera a bien declararla inconstitucional.

La SCJN sesionó, para desahogar este caso, del 5 al 8 de junio de 2007, los acuerdos de cada una de esas reuniones, como se observa en los siguientes titulares del periódico La Jornada, fueron contundentes:

FECHA DE EDICION	TITULAR Y BAJANTES
5 de junio de 2007	<p>CUESTIONA QUE EL DINERO SEA CRITERIO DECISIVO EN CONCESIONES</p> <p>Corte: ambigua e incongruente, la Ley Televisa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Advierte que la subasta pública sólo otorga medios a poderosos • Declara ilegal que el Senado objete designaciones en la Cofetel
6 de junio de 2007	<p>DESLIZA QUE EL CONGRESO PRIVILEGIÓ AL DUOPOLIO TELEVISIVO</p> <p>Tiro de gracia de la Suprema Corte a la <i>ley Televisa</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Invalida artículos que permitían a cadenas aumentar su poder • Anula la norma que posibilita las concesiones por 20 años • Quita la subasta como medio para otorgar espacio radioeléctrico
7 de junio de 2007	<p>INCUMPLIÓ EL MANDATO DE APOYAR A RADIOS COMUNITARIAS</p> <p>Corte: marginó el Congreso a etnias en la <i>ley Televisa</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicó requisitos financieros y legales imposibles de asumir • El Legislativo lleva seis años violando la Constitución: Góngora
8 de junio de 2007	<p>LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA CONFIRMA LA INVALIDEZ DE SIETE ARTÍCULOS CLAVE</p> <p>La ley Televisa se aplicará sin privilegios inconstitucionales</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) confirmó ayer la invalidez de siete artículos clave de la llamada ley Televisa, echó abajo el régimen inconstitucional de privilegios para las dos grandes cadenas televisoras y puso punto final a la demanda

De acuerdo al último titular, procede la controversia de declarar inconstitucional la Ley Televisa y la SCJN, instruye para que el Presidente y el Senado de la República, formulen un nuevo planteamiento, que hasta el momento de redactar este párrafo, se encuentra pendiente.

Después de haber analizado las políticas de comunicación que, se formularon y aplicaron en México de 1921 al 2006, seis son las conclusiones iniciales a las que podemos llegar:

1. Son de carácter normativo y se circunscriben a los medios electrónicos.
2. En todo el periodo analizado, no se formula una sola política de comunicación para el desarrollo, lo que representa una total falta de tradición al respecto.
3. Predomina el impulso, por parte del gobierno, a la constitución de empresas de comunicación de capital privado.
4. En el transcurso de los años de 1920 a 1982, existe un interés intermitente por parte del Estado, por tener una participación activa en las actividades comunicacionales. De 1982 al 2006 este interés tiende a cero.
5. La combinación de los dos puntos anteriores, da margen a la formación de grandes monopolios mediáticos (privados).
6. Con la frase dicha por Carlos Salinas “El panorama internacional nos está mostrando día a día que el Estado avasallador está en retirada” se crea el fantasma del estatismo; el cual espanta a algunos, por el supuesto atentado a la libertad de expresión que esto representa; y lo aprovechan otros, como defensa de sus aviesos privilegios, para desalentar cualquier intervención estatal, así sea ésta necesaria para promover el crecimiento de la economía.

Las empresas monopolistas de medios son, a la fecha, el principal obstáculo para el diseño y puesta en marcha de políticas de comunicación que, democraticen este sector y permitan hacer factible la comunicación para el desarrollo, dada la importancia del análisis de este aspecto, dedicaremos a continuación un apartado sobre el mismo.

2. 2. 1. 1. Los grupos de poder mediático, obstáculo a las políticas de comunicación.

La aplicación, en México, de políticas de comunicación, en toda su magnitud, enfrenta varios obstáculos, de los que destacan dos: el gobierno en turno y los monopolios mediáticos.

En el artículo 25 de la Constitución Mexicana, en vigor, se señala expresamente que le “Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que este sea integral y sustentable...” así como que el mismo “...planeará, conducirá, coordinará y orientará la actividad económica nacional, y llevará al cabo la regulación y fomento de las actividades que demande el interés general...”, además de que, “...tendrá a su cargo, de manera exclusiva, las áreas estratégicas...”

Sin embargo, el acatamiento de esta disposición constitucional queda indebidamente acotada por las presiones de los organismos multinacionales, que suelen oponerse a la intervención estatal y al criterio del presidente en turno, el cual puede oscilar entre, la obediencia a la norma y la adopción del concepto, expresado por Salinas, de que el Estado paternalista, ineficiente y

avasallador llegó a su fin y está en retirada, idea compartida por la mayoría de los presidentes y el gran capital nacional e internacional.

Superado el obstáculo gubernamental, los primeros en oponer una férrea resistencia en contra de las políticas de Estado son los grupos de poder, en el caso del sector comunicacional, las empresas monopolistas mediáticas. El tamaño, su capacidad de presión política-económica y lo diseminado de éstas en los diversos medios y el territorio nacional, requieren de una amplia explicación.

2. 2. 1. 2. El poder de los monopolios mediáticos Mexicanos, su diversidad y alcance territorial.

En la actualidad, los medios de comunicación en México, asumen un doble poder: el poder político y el poder económico. Este doble poder no lo tienen como medios en sí, sino como empresas de comunicación que en algunos casos, son grupos corporativos con gran capital político y financiero, que se convierten en grupos de presión para la sociedad, el gobierno, las universidades públicas y los partidos políticos, entre otros.

Decimos que, más que medios son empresas, porque aquello de que la función de los medios es informar, entretener y educar ya no les es aplicable como tales; en la actualidad, como lo señaló en su momento Herbert I. Schiller día a día se corrobora, los medios venden audiencia, es decir, los mensajes que se transmiten a través de ellos están mediados por el afán de lucro.

El poder político

El poder político de los dueños de medios mexicanos, viene de hace décadas y creció bajo la protección y la complicidad del Estado. Dicho poder es indudable y se deja sentir en el manejo de la opinión pública, la que en su momento es aprovechada como instrumento de presión para obtener alguna concesión gubernamental, atacar a sus enemigos, mantener sus privilegios e incidir, a su conveniencia, en el rumbo del país, entre otras cosas.

Hoy encontramos grandes corporaciones financieras de comunicación que representan y defienden sus propios intereses y le imponen al Estado sus condiciones. Nos enfrentamos ante la situación de que los subordinados hoy subordinan. Algunos ejemplos recientes de ello son: el otorgamiento, de manera ilegal, a Televisa y TV Azteca (año 2005) de permisos para realizar telejuegos (casinos virtuales); la aprobación, en el Senado de la República, de la Ley Televisa; y el control mediático del proceso electoral de 2006.

Con respecto al último punto, Armand Mattelart, declaró al diario La Jornada (primera plana, 8 de noviembre de 2006) “Los medios de comunicación han concentrado tanto poder económico y político que en muchos países se han convertido en los grandes electores, por encima de los millones de ciudadanos que son inducidos a votar contra sus propios intereses...”

Mucho es lo que se puede argumentar sobre el poder político de las empresas mediáticas, pero para los efectos de este trabajo, consideramos que lo anteriormente comentado es suficiente.

El poder económico: los monopolios mediáticos, su diversidad y alcance Territorial

El poder político que les fue entregado de facto, por parte del gobierno, desde hace muchos años, a los dueños de medios, fue un poder que se desarrolló y literalmente se capitalizó, lo que les permitió pasar a estos, del poder político al poder económico y a algunos convertirse en monopolios de la comunicación que año con año obtienen enormes utilidades.

A los mexicanos les queda claro que Televisa y TV Azteca son dos monopolios mediáticos de alcance nacional, pero es poco conocido el hecho de que en nuestro país existen otras empresas monopolistas, en otros campos de la comunicación aunque con menor cobertura y que se localizan en diferentes latitudes de nuestro territorio. Para desahogar este punto, en primer lugar, se explicarán los rasgos característicos de un monopolio; y en segundo, se expondrán algunos ejemplos concretos de ello.

Rasgos característicos de un monopolio

Los rasgos característicos de un monopolio están determinados por el propósito que estos persiguen: **ganancias de monopolio**, léase “las más altas utilidades posibles del mercado”. Para lograr esto se tienen que dar las siguientes condiciones:

- a) Integración vertical y horizontal del proceso de producción.
- b) Limitación de la competencia (eliminar a los competidores mediante formas y prácticas monopolistas).
- c) Imponer al mercado precios elevados, sólo limitados por el poder de compra de los consumidores.

La integración del proceso productivo en forma vertical y horizontal, permite una mayor competitividad y el control total de las diferentes etapas del proceso de producción y de comercialización del producto o servicio de que se trate.

El primer ejemplo de integración que se registra en la historia (segunda mitad del siglo XIX), es el de las empresas cerveceras monopolistas de esa época, las que elaboran la cerveza de principio a fin (organización vertical) y la distribuyen de manera directa a los consumidores (organización horizontal), es decir: siembran y cosechan los granos de los que se extrae la cerveza (como la cebada, la malta), procesan los granos (fermentación), envasan la cerveza, elaboran las botellas de vidrio y las corcholatas para envasar la cerveza, manufacturan las etiquetas y los envases de cartón para empaquetar las cervezas, en una palabra, la misma empresa realiza todas y cada una de las partes del producto final, así como también elimina, en la comercialización de la cerveza, a los intermediarios al encargarse de distribuir el producto a los consumidores.

Los estudiosos de la Economía Política de la Información le llaman a la integración vertical y horizontal de la producción: “integración en hileras y filas” y las conceptualizan de la siguiente manera:

La hilera es una integración vertical de actividades articuladas de atrás hacia delante en el sistema productivo. La fila es una articulación horizontal de actividades y servicios que refuerzan el proceso productivo.

La integración vertical implica el control, total o parcial, de los canales de producción y comercialización de un determinado mercado por parte de un actor o grupo de actores. Es el mismo actor el que controla las diferentes fases del proceso. La concentración horizontal supone

que un actor (o grupo de actores) lleva a cabo una diversificación de sus actividades en diferentes mercados (Sánchez tabernero et al., 1993).

De acuerdo a lo anterior, en las Industrias Culturales existe una marcada tendencia a organizarse en hileras y filas, al respecto, se registran diversos casos específicos en todo el mundo, no es la excepción México.

En la nación Mexicana encontramos, en los diferentes campos de la comunicación, compañías mediáticas de corte monopolista que responden a las características antes señaladas, las cuales por su magnitud y alcance se pueden considerar nacionales, regionales y locales.

Como ejemplo de monopolios mediáticos nacionales tomaremos los casos de Televisa, la organización Editorial Mexicana y el Grupo Radio Centro; Multimedios como representativo de un monopolio regional y el Grupo FM como ejemplo de monopolio local.

Grupo Televisa, Grupo Radio Centro y Organización Editorial Mexicana, monopolios mediáticos nacionales

Grupo Televisa

Sin lugar a dudas, Televisa es el caso más representativo de duopolio mediático nacional en nuestro país. En México se toma como “normal” el hecho de que una o dos empresas produzcan y distribuyan todo tipo de productos televisivos. Dicha normalidad no se acepta en Estados Unidos, pues desde el inicio de la televisión se promulgaron leyes que establecen que las empresas emisoras, las grandes redes o cadenas distribuidoras de señales, sólo producirán los noticieros y todos los demás programas deberán ser

comprados. Esto permitió el desarrollo descentralizado de un sector de la producción televisiva (series, comedias, entre otros) alrededor de Hollywood.

En la actualidad producen televisión los siete grandes estudios enclavados en California, los que se agrupan en la Motion Picture Association of America (MPAA), y los alrededor de 130 pequeños estudios de la American Film Marketing Association, que producen cerca de la mitad de las exportaciones audiovisuales de Estados Unidos.

En el cuadro No. 1 del anexo se observa en toda su magnitud el conglomerado que es Televisa. Ésta es la razón por la que se toma como ejemplo de duopolio mediático nacional.

Grupo Radio Centro

En la industria radiofónica otro caso de oligopolio nacional, lo constituye el Grupo Radio Centro (fundado en 1946 por Francisco Aguirre), que cotiza, a partir de 1993, en la Bolsa Mexicana de Valores y en la de Nueva York. Sus características se observan en el cuadro número 2 del anexo.

Organización Editorial Mexicana

La Organización Editorial Mexicana -OEM- (fundada en 1976 por Mario Vázquez Raña), con respecto a otras empresas periodísticas del país, es el medio impreso con una mayor integración en hileras y filas, por ello su inclusión como ejemplo, cuadro No.3 del anexo.

Grupo Multimedios, oligopolio mediático regional

El Grupo Multimedios, representa fielmente a una empresa monopolista de escala regional, en la medida en que tiene una integración vertical y horizontal

Y que su principal área de influencia es la región noreste de México (Estados de Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas). Sin embargo, con sus periódicos Milenio y su cadena de Multicinemas, su alcance se amplía a otros 20 Estados y a la Ciudad de México.

Este corporativo se empieza a construir, a partir del 9 de diciembre de 1933, fecha en la cual inicia sus transmisiones la XEAW (señal concesionada al señor Jesús D. González) y que a la postre sería la piedra angular del crecimiento del consorcio asentado en Monterrey, Nuevo León.

Cabe hacer notar que, el Grupo Multimedios, es un caso de varios que existen a lo largo y ancho del territorio nacional. El tamaño de este grupo se observa en el cuadro No 4 del anexo.

Grupo FM Multimedios, oligopolio mediático local

Los grandes monopolios se inician en una rama económica y en un delimitado espacio y a partir de ahí, mediante algunas de las prácticas monopolistas conocidas, abarcan otras actividades y un mayor territorio. El Grupo FM Multimedios podría ser un ejemplo de ello. Este grupo inicia su formación en 1970, con el establecimiento de la primera estación de Frecuencia Modulada del Estado de Veracruz, su fundador fue el señor Félix Malpica Mimendi, miembro de la influyente familia dueña del periódico El Dictamen, decano de la prensa nacional.

El Grupo FM Multimédios tiene como su principal radio de acción el Puerto de Veracruz y la zona conurbada Veracruz-Boca del Río, por ello lo de oligopolio mediático local. Prueba de esto es su integración en hileras y filas (proceso que empieza en 2002), cosa que las otras radiodifusoras locales no lo han hecho, y su expansión hacia otras ciudades del Estado de Veracruz (Xalapa, Córdoba, Orizaba, Tuxpan, Fortín de las Flores y Coatzacoalcos) y a otros Estados cercanos como Tabasco y Chiapas. En el cuadro No. 5 del anexo se ve como está integrado el grupo de referencia.

Las empresas monopolistas mediáticas antes señaladas, dadas sus características y ubicación geográfica, nos permiten inferir que existen varios corporativos de este tipo en todo el país, los cuales en los hechos operan como un cártel de los medios electrónicos, bajo el rubro de Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT). Los agremiados a dicha cámara utilizan su doble poder para mantener sus privilegios y detener cualquier iniciativa gubernamental o ciudadana, de la que tan sólo sospechen, pueda afectar sus prerrogativas.

2. 2. 1. 3. La orientación de la enseñanza, la investigación y la práctica de la comunicación en México

En el punto 1.3.1.3. establecimos que la factibilidad de la comunicación para el desarrollo, depende entre otras cosas, de operarla mediante la utilización de la “otra comunicación” (comunicación alternativa), lo que no resulta una tarea sencilla, en la medida en que, en primer lugar, se requiere de los cuadros

técnicos suficientes para ponerla en práctica, los que en el caso de México, no existen en calidad y cantidad suficiente, porque no se están formando en las escuelas y los centros de investigación de la comunicación. Esto lo podemos sustentar con el análisis siguiente.

Los resultados del conteo de población del 2005 que realizó el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), señalan que la población Nacional es de 97 483.4 millones de habitantes, de la cual 72 759.8 millones (74.6 por ciento del total) es Urbana y 24 723.6 millones (25.4 por ciento del total) es Rural.

Asimismo, el mencionado conteo, en uno de sus agregados establece que el 25 por ciento de la población total del país vive en localidades pequeñas de menos de dos mil, 500 personas (existen 196 mil localidades de este tipo) y el 13.7 por ciento radica en asentamientos semirurales de 2,500 a menos de 15 mil personas.

La ubicación geográfica de las localidades menores de 2 500 habitantes, menciona el estudio, se relacionan con su grado de marginación por lo que las personas que viven en asentamientos dispersos y aislados enfrentan mayores rezagos sociales: 58 de cada 100 localidades cercanas a ciudades presentan un grado de marginación alto y muy alto.

El grado de ruralidad de la población, explica el estudio demográfico de referencia, varía entre entidades federativas, y es mayor en aquellas que se ven menos beneficiadas por el desarrollo económico y social, al respecto dicho estudio proporciona los siguientes datos:

La población rural supera el millón de habitantes en sólo nueve entidades federativas. Estos estados son Veracruz (2.8 millones), Chiapas (2.1), Oaxaca (1.8), México (1.7), Puebla (1.5), Guanajuato (1.5), Michoacán (1.3), Guerrero (1.3) e Hidalgo (1.1), que en conjunto concentran 63.0 por ciento de la población rural del país.

Por regiones, la población rural prevalece en el Centro-22% del total nacional- (Distrito Federal, Hidalgo, Estado de México, Morelos, Puebla y Tlaxcala), Sur -21.9%-(Chiapas, Guerrero y Oaxaca), Golfo -15.0%-(Tabasco, Veracruz, Campeche, Quintana Roo y Yucatán) y Centro Norte -13.3%- (Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas). En estas regiones residen tres de cada cuatro habitantes rurales del país.

De acuerdo a los datos estadísticos anteriores, son más de 24.6 millones de habitantes los que viven en el medio rural, personas que en relación a su medio, son un grupo social con una cultura y necesidades comunicacionales específicas, que se tienen que atender para salir de su atraso, entre otras cosas, mediante la comunicación para el desarrollo. Sin embargo, estos núcleos poblacionales, tal parece que no existen para las escuelas y facultades de comunicación que hay en México, puesto que sus planes de estudio están enfocados, predominantemente, a la formación de comunicadores con una concepción urbana de los fenómenos de la comunicación y no contemplan el formar comunicadores sociales que promuevan el desarrollo comunitario.

Para poder hacer la afirmación anterior y otras que mencionaremos a continuación, se efectuó una revisión de los planes de estudio de las escuelas

y facultades de comunicación, afiliadas al Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

De lo analizado, cuatro son los aspectos a destacar: los objetivos generales de la Licenciatura en Comunicación, el perfil del egresado, el campo de trabajo y las áreas de formación predominantes.

Objetivos Generales de la Licenciatura en Comunicación. En este punto, las diferentes instituciones afiliadas a CONEICC coinciden al señalar que tienen como fin formar Comunicadores Sociales comprometidos con la realidad social.

Perfil del egresado. Aquí, en esencia, se establece que los que egresen de la carrera de comunicación serán:

- Expertos en medios y comunicación visual.
- Profesionales con conocimiento de las áreas administrativas y de las Tecnologías de Información, con capacidad para diseñar soluciones informáticas para los negocios, lo que redundará en la competitividad de las empresas. Asimismo, podrán desempeñarse en labores:
- Cinematográficas, como asesores en Comunicación Política, como especialistas en programas de capacitación y procesos educativos, así como también,
- Ejercerán como docentes de la comunicación.

Campo de trabajo

El comunicador:

Puede desempeñarse en empresas públicas y privadas como periodista de prensa, radio y televisión; en agencias informativas y como administrador de medios de comunicación, Además puede prestar sus servicios como publicista, comunicador organizacional, publirrelacionista, mercadólogo e investigador, entre otros ([http// www.coneicc.org.mx](http://www.coneicc.org.mx), 2007).

Asimismo, “puede fundar su propia empresa y desempeñarse como propietario o socio de casas productoras de audio y video, agencias de publicidad o de relaciones públicas, periódicos y revistas o bien ser consultor independiente en comunicación” ([http// www.coneicc.org.mx](http://www.coneicc.org.mx), 2007).

Áreas de formación predominantes

Seis son las áreas predominantes en las que se centra la enseñanza de la comunicación en México:

Medios de comunicación (periodismo),

Mercadotecnia y publicidad,

Relaciones Públicas,

Comunicación Organizacional,

Producción audiovisual y

Tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la empresa.

En estas seis áreas, tácitamente consideradas como básicas y prioritarias, se sustenta la formación de los comunicólogos en México.

Considerando la orientación que tiene la enseñanza de la comunicación en nuestro país, la cual queda de manifiesto en los objetivos generales, el perfil

del egresado, el mercado de trabajo y las áreas de formación predominantes, antes comentadas, no podemos esperar que de las aulas salgan comunicadores sociales, con disposición y habilidades para promover el desarrollo comunitario en las zonas rurales de México.

En el terreno de la investigación de la comunicación, al tomar como muestra las líneas de investigación que impulsan dos de los organismos más representativos de este campo-el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)-el panorama que se observa es el siguiente:

**Centros y programas de investigación en Comunicación de instituciones
miembro del CONEICC**

<i>Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada CICA Universidad Anáhuac</i>
•Ética y análisis del impacto de los contenidos mediáticos en las audiencias.
•Desarrollo de las teorías de la comunicación aplicadas al contexto Hispanoamericano.
•Desarrollo y evolución de los medios de comunicación en Hispanoamérica.
•Comunicación educativa para el desarrollo humano y social.
•Comunicación en las organizaciones, publicidad y mercadotecnia.
•Desarrollo y evolución de la cultura, la literatura, la semiótica y la cinematografía.

<i>Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Monterrey</i>
• Los procesos y condicionantes organizacionales, económicos, políticos e ideológicos en la producción y circulación de los mensajes de los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías.
• Las características, estructuras, procesos y dimensiones de los contenidos comunicacionales que se difunden a través de los medios masivos tradicionales (prensa, radio, cine, televisión) y de las nuevas tecnologías (Internet, videojuegos, telefonía, satélites, televisión de alta definición, CD Roms, revistas electrónicas, entre otros.
• Los índices de penetración de los mensajes y de los usos y apropiaciones que el público hace de ellos.
• Industrias Culturales: producción y distribución de mensajes comunicacionales
• Estructura y contenido de los mensajes comunicacionales
• Proceso de recepción y consumo de los mensajes comunicacionales Impacto de las tecnologías digitales en lo social, lo cultural y lo político
• Planeación del Desarrollo Sostenible

<i>Coordinación de Investigación del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)</i>
• Estudios de periodismo
• Nuevas tecnologías
• Semiótica y análisis del discurso
• Comunicación política

<i>Coordinación de Investigación y Diseño Curricular Universidad Latina de América</i>
• Jóvenes y comunicación
• Lenguaje
• Medios de comunicación (radio)
• Imaginario del comunicador

<i>Programa Formal de Investigación en Estudios Socioculturales Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)</i>
Línea de Sistemas de Comunicación y Prácticas Sociales
Línea de Medios, mediaciones tecnológicas y lenguajes
Línea de Comunicación y Culturas Urbanas
Programa Interinstitucional de Investigación en Comunicación (PICC) Universidad del Valle de México
• Nuevas Tecnologías de la Información (NTI) y documentación digital.
• Comunicación y sociedad.
• Comunicación e Institución. Medios gráficos y audiovisuales.
• Discurso y comunicación.

<i>Proyecto Internet.</i> Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Estado de México
• Internet
• Sociedad de la información
• Cibercultura
• Comunicaciones digitales
• Ciberperiodismo

Como se puede ver, en las líneas de investigación antes señaladas, no existe de manera expresa una que trate la problemática comunicacional rural o la comunicación para el desarrollo, mucho menos la comunicación alternativa; se puede pensar que son líneas generales abiertas a todas las posibilidades y que ahí queda contemplado este aspecto, pero no es así, al consultar las investigaciones realizadas en cada una ellas se encuentran sólo situaciones urbanas.

En el caso de la AMIC, para observar las tendencias de la investigación de la comunicación en México, se toman como referencia el XVIII Encuentro Nacional AMIC 2006 y el XIX Encuentro Nacional AMIC 2007, donde se abordaron las temáticas que se observan en el siguiente cuadro.

XVIII ENCuentRO NACIONAL DE LA AMIC (Mayo 2006)	XIX ENCuentRO NACIONAL DE LA AMIC (Mayo 2007)
MESAS DE TRABAJO	MESAS DE TRABAJO
Sociedad Civil y Nuevas tecnologías.	Nuevas tecnologías, Internet y Sociedad de la Información
Comunicación Política	Comunicación Política
Economía Política de la Comunicación	Economía política de la Comunicación
Estudios de Recepción	Estudios de recepción
Estudios sobre Periodismo	Estudios de periodismo
Comunicación y Educación	Comunicación y Educación
Discurso y Semiótica	Discurso, Semiótica y Lenguaje
Comunicación organizacional	Comunicación Integral de las Organizaciones
Historia de la Comunicación	Historia de la Comunicación
Teorías y Metodologías	Teorías y Metodologías de investigación de la Comunicación
Comunicación intercultural	Comunicación Intercultural
Género y Comunicación	Género y Comunicación
	Sociedad civil, participación y comunicación
Políticas de Comunicación	Políticas de comunicación
Estudios de Medios	Estudio de Medios audiovisuales: cine, radio y televisión
Estudios de juventud	Estudios de Comunicación y Juventud
Estudios socioculturales	

En el XVIII encuentro se presentaron 115 ponencias, de ellas sólo once abordan la cuestión rural y se llega al extremo en la mesa de Comunicación intercultural donde sólo se presentaron dos trabajos.

Calificamos esta situación como extremosa porque de acuerdo a la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, para el año 2000, la población indígena en México asciende a más de 12 millones de personas, cifra que representa 13% del total de la población mexicana, y se caracteriza por hablar más de 60 lenguas diferentes al español. Pero al parecer esto no reviste importancia para ser investigado desde la perspectiva de la comunicación. En el XIX encuentro se mantiene la misma tendencia.

Por lo antes expuesto, se observa con claridad que, en las líneas de investigación, sobre todo las investigaciones mismas, que promueven CONEICC y AMIC, no hay vocación por investigar los fenómenos comunicacionales del medio rural, ni la intención de intervenir, desde esta disciplina, en la solución de la problemática del mismo.

En conclusión, el interés por el desarrollo rural, la cultura comunicacional de las comunidades de este medio, la comunicación para el desarrollo, la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para impulsar el avance de las zonas agrarias y la comunicación alternativa, están ausentes de la formación profesional, la investigación, la enseñanza y la práctica de la comunicación.

Si contrastamos, el enfoque que se le da en nuestra nación a la enseñanza y la investigación de la comunicación, con los proyectos que realiza el Departamento de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), nos damos cuenta que no

hemos hecho la tarea que nos corresponde. Algunos de los proyectos auspiciados por la mencionada institución son los siguientes:

- ❖ “El efecto de las transmisiones radiales en los jóvenes de áreas rurales de Malí”
- ❖ “Diagnóstico de Comunicación Rural Participativa”
- ❖ “Taller sobre Sistemas de información y comunicación para la investigación agrícola y el desarrollo rural”
- ❖ “La Onda Rural: Radio, Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación y Desarrollo Rural”
- ❖ “Una experiencia de comunicación indígena en Bolivia”
- ❖ “Comunicación para el desarrollo: Un medio para innovar la gestión de los recursos naturales”
- ❖ “Taller para promover la seguridad alimentaría a través de Internet y las redes rurales”

2.3. La factibilidad: La participación ciudadana en la toma de decisiones,

clave para garantizar el impulso del desarrollo sustentable

Los problemas económicos y ambientales a los que nos enfrentamos, son complejos y colectivos, razón por la que se requieren acciones conjuntas, en las que la ciudadanía participe en la toma de decisiones y en la puesta en práctica de las medidas pertinentes. Sin embargo, invariablemente dicha

participación, se enfrenta al obstáculo de la exclusión, esto debido a que predomina en la sociedad una estructura organizacional vertical caracterizada por polos opuestos como: “el que manda” y “el que obedece”, “el superior y el inferior”, “el dominante y el dominado,” “el que sabe y el ignorante”, “la base y la cúspide de la pirámide” y “el gobernante y el gobernado”, entre otros. Estos polos opuestos se ven reflejados fielmente en nuestra forma de gobierno, la que teóricamente es una Democracia Representativa, en la que el pueblo delega la soberanía en autoridades elegidas de forma periódica mediante el voto universal y secreto.

Decimos que teóricamente es una Democracia Representativa, porque se ha alejado de la democracia directa, en la cual el pueblo toma directamente las decisiones políticas básicas, siendo un ejemplo contemporáneo de ello: el plebiscito y el referéndum. En la actualidad, todos los representantes populares y funcionarios gubernamentales, con algunas excepciones, se olvidaron de los intereses de la mayoría de los ciudadanos a quienes representan y abogan por su propio beneficio y el de los grupos de poder a quien verdaderamente respaldan. En este contexto se deciden las acciones de desarrollo a seguir, las que en la mayoría de los casos, fracasan porque no se toma en cuenta a la población.

Ante esta situación, es necesario un cambio de paradigma, donde los protagonistas deben estar involucrados y comprometidos en la búsqueda de soluciones, para mejorar sus condiciones de vida, es decir, hay que considerar al hombre como sujeto y objeto del desarrollo.

En la Cumbre para la Tierra, realizada en Río de Janeiro, Brasil en 1992, durante la cual, la comunidad internacional adoptó la Agenda 21, se emitió un documento conocido como la Declaración de Río, en cuyo principio 10 se estableció que: "El mejor modo de tratar las cuestiones ambientales es con la participación de todos los ciudadanos interesados, en el nivel que corresponda". Por su parte, en la Agenda 21, aunada a la adopción, los gobiernos firmantes se comprometieron a "ampliar la participación ciudadana en los procesos de toma de decisiones y en la formulación de políticas sobre desarrollo sustentable".

La argumentación anterior, nos permite sostener que, solo mediante políticas participativas, es factible impulsar y garantizar un mayor margen de éxito de diversas acciones, en pro del desarrollo sustentable y de cualquier medida que pretenda algún beneficio para la colectividad. Algunas políticas participativas que se podrían aplicar, son las que se explican en los siguientes apartados.

2.3.1. La planificación participativa, inicio del impulso al Desarrollo Sustentable

En México es práctica común, planificar el desarrollo rural desde las oficinas gubernamentales distantes, lo que ha originado que las comunidades no se identifiquen con los planes que se aplican y, por ende, no se logren los propósitos que se pretenden. Esta visión parte de un esquema, en el cual los encargados de promover el desarrollo, en todos los niveles jerárquicos, son los

que supuestamente poseen todo el conocimiento y pueden determinar qué necesitan las diferentes comunidades de la nación.

Esta práctica, sostenida durante décadas, sigue vigente y no se vislumbra la posibilidad de que pueda cambiar, dadas estas circunstancias, diversos miembros de la sociedad civil, a lo largo de todo este tiempo, han intentado implementar una planificación que parta de la base de que los hombres y sus familias, son los actores principales de todo el proceso de planeación y ejecución de las acciones para el desarrollo rural.

La planificación vertical del desarrollo rural no solo se práctica en México, sino también en varios países subdesarrollados, situación que obliga a que, en diversas latitudes, se busque una solución ciudadana para un mal común. La salida que se ha encontrado en las naciones atrasadas, inicialmente, cada quien por su lado y después, en concordancia o en forma complementaria, es en primera instancia, partir del principio de que la investigación conlleva a la planificación del desarrollo rural. En segunda, poner en práctica una investigación y una planificación participativa.

La investigación y la planificación participativa, en el contexto del desarrollo rural y desde mi perspectiva, no se plantea como un problema teórico, en la medida en que esta metodología está siendo promovida principalmente desde las Organizaciones No Gubernamentales y por personas de la sociedad civil, quienes al observar el fracaso de los planes de desarrollo gubernamentales, proponen llevar la planeación a la praxis, para darle acceso a la población

común, a unas herramientas que le pueden servir para mejorar su calidad de vida. Este comentario viene a colación, porque las referencias que se encuentran son empíricas, producto de experiencias de proyectos que vienen realizando en diversos países subdesarrollados, personas y agrupaciones sociales, quienes, se observa, han tomado las bases teóricas de la planeación y les han dado un enfoque participativo, en el que la comunidad, con el apoyo técnico del caso, es quien decide qué necesita, cómo lo requiere y cuándo lo desea. Esto permite conocer las limitaciones y necesidades de la población y establecer sus prioridades.

De acuerdo a lo anterior, la factibilidad del desarrollo rural, depende en buena medida, de la ciudadanización de las acciones, sin perder de vista que la participación de la gente en la toma de decisiones y en la aplicación de las medidas correspondientes, debe estar orientada y apoyada por los estudios y el personal técnico necesarios, además de procurar fuentes de financiamiento y metas de mediano y largo plazo, así como evitar criterios paternalistas y politiquería.

Alguno de los organismos internacionales, no gubernamentales, que trabaja en pro del desarrollo rural de comunidades atrasadas, aplicando la dinámica participativa, es el Centro de Investigaciones Agrícolas Tropicales (CIAT), el cual tiene centros regionales en Latinoamérica, África y Asia.

El CIAT es una organización no lucrativa que realiza investigación avanzada en los campos social y ambiental, así como también impulsa proyectos para preservar los recursos naturales en países en desarrollo. Su fuente de

financiamiento son las donaciones y los fondos para servicios de investigación y desarrollo que presta a diversas instituciones.

2.3.1.1. Los proyectos productivos, acción concreta para impulsar el desarrollo: diversidad y magnitud

El desarrollo rural es un proceso que enfrenta problemas muy complejos, razón por la cual, las alternativas de solución, tienen que pasar por una cadena de toma de decisiones, siendo los eslabones principales: los planes, los programas y los proyectos. Los planes, como el inicio de la cadena, establecen los propósitos del desarrollo y las estrategias a seguir para cumplirlos. Los programas señalan las líneas de acción y la canalización de recursos que son necesarios para efectuar tales intenciones. El proyecto (eslabón final), que es una acción concreta y sistemática, materializa los propósitos y los programas.

Los proyectos, en la medida que son acciones concretas para atender un problema concreto, resultan de vital importancia, por ello su formulación debe ser rigurosa y contemplar todos los ángulos posibles, como son: aspectos técnicos, comerciales, sociales, institucionales, financieros y económicos. Dadas estas cuestiones, para formular e implementar un proyecto, se tiene que contar con una guía de formulación y con el apoyo de especialistas y técnicos para cubrir todos los aspectos señalados, garantizando de esta manera buenos resultados.

Con respecto a la formulación de proyectos, existe una guía, universalmente aceptada, la cual fue elaborada por el Instituto Latinoamericano de planificación Económica y Social (ILPES), organismo autónomo creado por el Fondo Especial de las Naciones Unidas y dependiente de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Dicha guía, cuya primera edición en México fue en 1973, sigue vigente y puede tomarse como base para desarrollar cualquier proyecto, el problema es quién o quienes deciden y formulan los proyectos, los sujetos del desarrollo (con asesoría de expertos) o las instancias gubernamentales o personas ajenas a las comunidades.

En el caso concreto de nuestro país, la formulación de proyectos para el desarrollo rural, tiene las características siguientes:

- a) La población a beneficiar con un proyecto, es considerada como objeto y no como sujeto del desarrollo.
- b) Los proyectos que se llegan a implementar en alguna comunidad, son impuestos cupular y externamente, la población no participa en la toma de decisiones, resultando por tanto ajenos a su realidad.
- c) Por lo regular, las diferentes instancias de gobierno, impulsan proyectos productivos de gran envergadura. Estos macro proyectos son técnica y rentablemente inviables para la inmensa mayoría de las pequeñas comunidades y los micros productores de nuestro país. Sin embargo, terminan realizándose para beneficio de ciertos grupos de poder económico y político.
- d) En muchos casos, los proyectos para el desarrollo comunitario, son elaborados de manera irresponsable, en la medida en que no se

investiga, ni se realiza estudio o diagnóstico alguno para sustentarlos y cuando se parte de alguna información, ésta es obsoleta e incompleta, además, quienes los formulan, con sus excepciones, no tienen la suficiente experiencia y la especialización correspondiente.

- e) Varias dependencias gubernamentales, como parte de su programación anual, promueven y ejecutan proyectos de desarrollo en las comunidades rurales de su jurisdicción y como no existe coordinación entre ellas, ni afán de hacer bien las cosas, terminan disputándose a la población mediante dádivas (despensas, dinero y otros) que le otorgan a ésta. De tal forma, los miembros de las comunidades ya no participan conscientemente en estas acciones y cuando se trata de proyectos, promovidos por alguna asociación civil, que no ofrecen ningún regalo, las personas no participan o se muestran reacias a hacerlo.
- f) Otra característica de las acciones gubernamentales descritas en el inciso anterior, es el hecho de que, éstas se concentran en las poblaciones cercanas a las cabeceras o agencias municipales. En los sitios más lejanos y de difícil acceso, son casi nulas dichas acciones.
- g) En 1970 (gobierno de Luis Echeverría) fue creado el Programa de Inversión para el Desarrollo Rural (PIDER), el que como su nombre lo indica, impulsaba el desarrollo en comunidades rurales, mediante la asignación, a éstas, de recursos. Para que dicha asignación de recursos, la población no la viera como paternalismo, éstos le eran suministrados a través de un crédito disfrazado, disfrazado porque a las comunidades se les hacía creer que lo tenían que pagar, pero en realidad eran recursos federales etiquetados como “fondo perdido”. Sin

h) embargo, el engañador resultaba engañado, en la medida en que, los campesinos, conscientes de su incapacidad de pago, no aceptaban el compromiso por temor a perder lo poco que tenían, esto impedía el avance del programa, razón por la cual, los encargados de promoverlo terminaban revelándole a los productores el artificio. La política de “fondo perdido”, aun vigente, hizo poco por el desarrollo rural y terminó corrompiendo a varias comunidades.

Para superar la situación explicada en los siete incisos anteriores, es necesario, al igual que la planificación, promover proyectos participativos, los que, se recomienda, se orienten por los lineamientos siguientes:

- Integrar comités promotores del desarrollo rural, formados por miembros de cada comunidad y subordinados a las decisiones de la mayoría de la misma. Esta acción debe respetar las formas de organización social existentes en cada lugar.
- Contar con el apoyo de especialistas y técnicos, para que asesoren a los comités de desarrollo y a la comunidad, en la discusión de las medidas que se tengan que tomar.
- Utilizar la comunicación y la información, para impulsar, al interior de las comunidades, el desarrollo sustentable. La puesta en práctica de esta medida debe tomar como base la cultura comunicacional de cada localidad.
- Realizar un diagnóstico de los recursos naturales, materiales y humanos con los que cuenta cada comunidad. Ello, para aportar elementos de juicio para la toma de decisiones y para que sirva

de fuente de información para la formulación de proyectos productivos.

- Formular proyectos de desarrollo que aprovechen los recursos y la experiencia productiva con que cuenta cada pueblo y que el tamaño de éstos, sea acorde a las necesidades y características del lugar de que se trate.
- Crear sistemas de conocimiento e información, para enterar a la población, sobre las nuevas tecnologías, avances científicos aplicados a la producción, prácticas comerciales avanzadas y modelos organizativos complejos, entre otros.
- Considerar la producción artesanal y los oficios tradicionales de cada lugar, para a partir de ellos, generar innovaciones y crear micro industrias sustentables que sirvan de eje del desarrollo local. Esto sin descuidar la comercialización de los productos que se generen, ya que muchos proyectos fracasan por descuidar este aspecto.
- Aplicar la comunicación para capacitar a la población en el desempeño de las actividades productivas y para transmitir los oficios tradicionales a más miembros de la comunidad.
- Identificar, canalizar y concentrar los esfuerzos de las diversas instituciones y organizaciones no gubernamentales hacia el logro de objetivos de largo plazo, definidos por las propias comunidades en el proceso participativo.

Los lineamientos antes propuestos se ponen en práctica en lo que se presenta como un ejemplo de aplicación en el capítulo 3.

2. 3. 2. La comunicación participativa, paradigma que garantiza la interacción comunitaria que demanda el proceso del desarrollo sustentable.

En el capítulo 1 de esta tesis, apartado 1.3.1.3. , titulado: Los nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo, se fundamenta la necesidad de “otra comunicación”. Esto al considerar dos cuestiones principales:

- 1) Hasta fines de la década de los 60 se mantuvo sin modificaciones, en todo el mundo, un modelo comunicacional predominante: el modelo clásico, derivado del pensamiento unilineal aristotélico y plasmado fielmente en el Paradigma de Laswell, el cual se caracteriza por percibir a la comunicación como un proceso de una sola dirección (monológico), por su flujo vertical (impositivo), por no ser participativa (transmisión de mensajes de fuentes activas a receptores pasivos), por persuasiva (ejerce presión sobre la conducta de los receptores) y por manipuladora (busca efectos impositivos).
- 2) Desde la década de los 70 incluso hoy en día, en todos los países de América Latina, se presenta una concentración de la propiedad de los medios de comunicación (cárteles y oligopolios mediáticos) en manos de las oligarquías internacionales y locales, las que los utilizan para ejercer su poder económico y político, así como para mantener el control ideológico sobre las mayorías desprotegidas, para de esta manera salvaguardar los privilegios de los poderosos. Asimismo, en estos monopolios mediáticos se practica una comunicación dominadora, personificada por el monólogo, el verticalismo, los flujos unidireccionales y por la exclusión de las mayorías.

Ante esta situación los medios masivos se ven desposeídos de su carácter público e interés social, quedando impedidos de cumplir con su función de orientar y educar, pues dadas sus características solo están abocados a entretener e informar. En este contexto, la comunicación para el desarrollo queda acotada, razón por la cual se requiere otra comunicación, una participativa. Esta contempla cuatro aspectos: la educación; la planeación y las estrategias comunicacionales; los sistemas de conocimiento; y los especialistas que la apliquen.

La educación

Manuel Calvelo Ríos y otros estudiosos del tema, al justificar la necesidad de una comunicación participativa, parten de la base de que el desarrollo es de personas, por lo cual el desarrollo humano requiere interacción, discusión y diálogo de toda la población involucrada, además consideran que la educación juega un papel muy importante en el desarrollo, al respecto Calvelo señala que:

Cuando se habla de desarrollo rural se habla de inversión en infraestructura, el insumo fertilizante, el insumo maquinaria, etc. Pero un insumo particular, un insumo que no se agota con el uso, sino que por el contrario se perfecciona y multiplica, es el insumo conocimiento para manejar los demás insumos (www.geocities.com, 2007)

Al tener acceso a los conocimientos (educación), los productores amplían su panorama en cuanto al aprovechamiento y cuidado de los recursos naturales,

así como incrementan su capacidad de gestión social, haciendo de esta manera factible el desarrollo.

La educación con y para el campesino, protagonista del desarrollo rural, es una condición necesaria, imprescindible, pero no suficiente. Sin capital ni tecnología, la educación ve limitados sus resultados. Pero sin educación, tanto el capital como la tecnología, serán malgastados y resultarán una inversión inútil. Sin educación podrá haber crecimiento, pero no desarrollo rural (www.geocities.com, 2007).

La educación que requiere el campesino, explican los impulsores del enfoque participativo, no es la que se imparte en las aulas o aquella dada a las especulaciones teóricas y divorciada de la realidad. Lo que se necesita es una capacitación para la producción y para mejorar sus condiciones de vida, para su interacción con la naturaleza. Una capacitación que lo oriente en las áreas y temas que le interesan; una educación que involucre al núcleo familiar y no solo al jefe de la familia; pero sobre todo, una enseñanza que le permita vincularse a los proyectos de desarrollo que se implementen en su localidad.

Todo proceso de enseñanza-aprendizaje requiere de medios de comunicación para ser llevado a la práctica. Medios interpersonales, grupales o masivos de acuerdo a las posibilidades del que enseña y a los requerimientos que plantea el universo del que aprende. Cuando se desea solamente informar, puede tener validez el modelo

teórico de la información: Emisor-Medio-Receptor (E-M-R), pero este modelo de información implica un flujo unidireccional y el establecimiento de una relación de dominante (E) a dominado (R), a través del uso de los medios (M). Un posible sistema de realimentación tiene como única finalidad garantizar al emisor la correcta recepción de los mensajes por el receptor.

Si se desea un modelo de capacitación participativo es necesario optar por un modelo alternativo de real comunicación. En este modelo los mensajes intercambiados entre grupos diversos de interlocutores son el producto de una elaboración común, en los códigos del interlocutor masivo (usuario) y como respuesta a sus necesidades y requerimientos de comunicación para la educación. El modelo propuesto es el de Interlocutor-Medio-Interlocutor (I-M-I), en el cual la relación entre interlocutores es horizontal y democrática.

El uso del video como medio de comunicación permite, en el marco de este Modelo I-M-I, conservar y reproducir la cultura popular. ." (www.geocities.com, 2007).

La utilización de los medios audiovisuales, señalan los partidarios de la comunicación participativa, son el vehículo idóneo para dar a conocer a los diferentes niveles de decisión, las necesidades y los requerimientos planteados por la comunidad ("Comunicación transversal", mensajes de la base a las

instancias de decisión). Asimismo, por este conducto las diversas instituciones pueden transmitir a grupos sociales de interés, mensajes que les informen acerca de los programas de desarrollo que se están ejecutando o próximos a ejecutar (mensajes de las instancias de decisión a la base).

En los casos donde existan proyectos exitosos de algún grupo de productores, éstos pueden ser editados en video, para utilizarlos como material de motivación en comunidades donde se estén promocionando acciones de desarrollo o con el fin de que una comunidad se enriquezca de la experiencia de otra ("Comunicación Horizontal", mensajes de la base a la base).

Sin embargo, el uso fundamental de los audiovisuales es en el campo de la capacitación, en la medida en que estos medios actúan como eslabón entre los campesinos y su sabiduría, y los centros donde se genera el conocimiento enfocado a resolver su problemática.

Manuel Calvelo Ríos es quien más ha profundizado en la utilización de medios audiovisuales para promocionar el desarrollo, prueba de ello es su propuesta denominada: Pedagogía Masiva Audiovisual para la capacitación en el sector rural. Ésta comprende la elaboración de paquetes pedagógicos audiovisuales integrados por: cursos en video, cuadernillos para los campesinos participantes y guías para el capacitador o extensionista; así como materiales audiovisuales e impresos que contienen información sobre los proyectos y propuestas desarrollistas de diversas instituciones. Cabe aclarar que, en concordancia con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICS), en la actualidad, se aplica una Pedagogía Masiva Multimedia, la cual ha tomado las TICS de los países desarrollados y las viene adaptando e innovando para

adecuarlas a la realidad de las áreas rurales y urbano-marginadas de los diferentes países subdesarrollados.

La planeación y las estrategias comunicacionales

El “¿A dónde estamos?” (diagnóstico) y “¿A dónde queremos llegar?” (objetivos y metas) y el “¿Cómo llegar?” (estrategias), son interrogantes para las cuales se debe tener la respuesta a la mano, pues de ello depende el cumplimiento de los propósitos de la comunicación para el desarrollo. Al respecto la mirada participativa plantea la necesidad de planificar las acciones comunicativas y diseñar las estrategias correspondientes.

La propuesta de planificación sugiere, partir de la realización de un diagnóstico comunicacional, en cuya elaboración se involucre a todos los integrantes de la comunidad de que se trate, en la medida en que es un proceso en el que todos los participantes, en igualdad de circunstancias, deciden colectivamente el curso de las acciones a seguir. Los proyectos basados en un diagnóstico comunitario garantizan el buen funcionamiento del mismo, ya que está comprobado que los proyectos exitosos son los que se construyen de abajo hacia arriba (consultando a la población).

Una vez ordenada la información proporcionada por el diagnóstico correspondiente, se evalúan las necesidades de la población y las fortalezas y debilidades de la misma, esto con el fin de establecer los objetivos a cumplir. El seguimiento y evaluación participativos para poner al día las actividades, los sistemas de información y los resultados obtenidos, son la parte final de la iniciativa de planeación que se propone.

Establecidos los objetivos, el paso siguiente es señalar el cómo se pueden lograr (estrategias). Aquí se tiene que fundamentar el tipo de mensajes que se deben elaborar, qué material multimedios producir, qué actividades de comunicación programar y qué medios utilizar para hacer los mensajes, entre otros.

Las estrategias deben ser acordes a la realidad concreta de cada lugar. Sin embargo, existen algunas que por las similitudes existentes entre los países subdesarrollados, se pueden aplicar con las adecuaciones correspondientes, en cualquiera de ellos, tal es el caso del diseño participativo de mensajes y la utilización integral y combinada de medios de comunicación tradicionales y modernos. Estas astucias las ha aplicado eficazmente la FAO en los últimos treinta años en diversas naciones atrasadas, ello para socializar la información y el conocimiento y promover actividades en favor del mejoramiento del nivel de vida de la población en un entorno sustentable.

El planteamiento de incorporar los sistemas populares de comunicación de las colectividades, e integrar los medios autóctonos con las nuevas TICS, se sustenta en el hecho de que las comunidades rurales han utilizado una gran variedad de sistemas y medios comunicacionales desde tiempos remotos, para transmitir a las subsiguientes generaciones sus costumbres, tradiciones y su herencia social, que existían mucho antes de la irrupción de las modernas tecnologías de la información.

Como los medios tradicionales tienen sus raíces en la cultura local, nadie queda indiferente ante el mensaje.

Forman parte del mundo familiar de los campesinos y

usan un lenguaje comprensible a todos, hasta el último proverbio, analogía o símbolo. Hacen comprensibles conceptos no familiares y superan la barrera del analfabetismo.” (www.fao.org/sd/DOdirect, 2007).

La cuestión comunicativa tradicional se ha teorizado partiendo de los conceptos: Folk media (o medios populares) y Folkcomunicacionales, este ultimo abordado por Luis Ramiro Beltrán en su tesis doctoral (1967), en la que analiza la cultura popular y las formas comunicacionales de los pueblos, utilizando para ello el concepto señalado, el cual lo sitúa entre los estudios sobre folklore y comunicación de masas, los que vistos en conjunto dan origen a procesos folkcomunicacionales.

Aunado a lo anterior, sostiene que los procesos folkcomunicacionales utilizan un mediador entre el emisor y el receptor. A dicho mediador lo caracteriza como líder de opinión (Sociólogos y Antropólogos lo denominan líder natural). Este líder, invariablemente, está presente en todas las comunidades rurales. La actuación del mediador en el flujo comunicacional se manifiesta de la forma siguiente:

- a) El líder de opinión capta el mensaje y lo reprocesa de acuerdo a su opinión, es decir, actúa como filtro de la información.
- b) Una vez filtrado el mensaje lo transmite al receptor (miembros de su grupo social).
- c) El receptor (grupo social) recibe el mensaje de segunda mano y lo acepta sin ningún cuestionamiento, gracias a la credibilidad de que goza el líder en la comunidad.

Como complemento de su propuesta, el autor de referencia concuerda en la utilización de los medios audiovisuales, como el vehículo idóneo para promocionar el desarrollo en el medio rural.

A cuarenta años de distancia de que Beltrán planteó los procesos folkcomunicacionales, habría que reflexionar acerca de la función que actualmente desempeñan, en el caso concreto de México, algunos de los líderes de opinión descritos por el mencionado investigador, al respecto varios de esos líderes han sido corrompidos por las practicas gubernamentales y vienen utilizando su liderazgo para su beneficio personal, al apropiarse de buena parte de los apoyos que brinda el gobierno a las comunidades, llegando al extremo de convertirse en caciques. Siendo cautos con la actuación de los líderes y en la exclusión de aquellos que han caído en la corrupción, la estrategia de incorporar los sistemas populares de comunicación de las colectividades e integrar los medios autóctonos con las nuevas TICS, sigue siendo viable.

Los impulsores de la comunicación participativa llegan a la conclusión de que con la aplicación, en las últimas tres décadas del enfoque participativo, la comunicación sufrió un gran cambio al abandonar el flujo vertical de mensajes- de los técnicos a los agricultores- para convertirse en un proceso social (multidireccional) que se inicia con los sujetos del desarrollo y reúne a éstos con los promotores del mismo en un proceso de difusión y comunicación entre iguales.

Los sistemas de conocimiento

El conocimiento, sostiene Calvelo, es un insumo fundamental del desarrollo, su ausencia ocasiona un derroche de los recursos y el incumplimiento de los propósitos del desarrollo.

“El saber”.

Se define como la integración de la sabiduría tradicional con el conocimiento científico moderno y se acota que es la condición imprescindible, aunque no suficiente, para que exista desarrollo. Cuando falta este insumo, los demás insumos serán subutilizados o contraproducentes y faltará la participación de los sujetos en los procesos que, supuestamente, les están destinados.” (www.rlc.fao.org/prior/desrural, 2007).

De acuerdo a lo anterior, se distinguen tres condiciones secuenciales en la relación conocimiento- desarrollo:

1. El insumo conocimiento es primordial en el proceso del desarrollo sustentable.
2. La sabiduría tradicional debe integrarse al conocimiento científico moderno, estableciendo una “...diferenciación entre los mitos explicativos de los fenómenos percibidos y su explicación racional y predictiva...” (www.rlc.fao.org/prior/desrural, 2007).
3. El conocimiento tiene que ser accesible y comprensible para el sujeto de desarrollo.

Estas condicionantes tienen que estructurarse de acuerdo a las “...tres lógicas básicas del ordenamiento del saber: la de la investigación, la de la producción y la de la socialización...” (www.rlc.fao.org/prior/desrural, 2007). Esto con la intención de que el conocimiento sea accesible y comprensible a aquellos que no lo poseen y que lo requieren para impulsar el desarrollo de sus comunidades.

Para cumplir con la tarea de la accesibilidad y comprensión del saber se requieren metodologías, instrumentos y sistemas, tales requerimientos los contempla la comunicación participativa en los tres aspectos que se han abordado en este punto: la educación; la planeación y las estrategias comunicacionales así como los sistemas de conocimiento. La función de estos últimos es:

- a) Hacer que fluya a los sujetos del desarrollo, el conocimiento que está disponible, pero no les es accesible porque es incomprensible para ellos (debido a la forma en que se expresa) y por no existir los medios necesarios para hacerlo llegar a los productores rurales, los que, entre otras cosas, enfrentan el problema de su aislamiento y diversidad.
- b) Vincular mediante redes de información, utilizando los medios tradicionales en combinación con las nuevas TICS, a las instituciones generadoras de conocimiento (universidades y centros de investigación), a los organismos de desarrollo y a las Organizaciones No Gubernamentales –ONG- (ambientalistas) con las comunidades que pretendan o estén impulsando acciones sustentables.

- c) Proporcionar al productor elementos de juicio, para que participe activamente en la toma de decisiones, acerca de los proyectos de desarrollo que más convienen a su comunidad.
- d) Brindar información concerniente a la sustentabilidad; sobre procesos productivos más complejos; relativa a la asistencia técnica; acerca del comportamiento del mercado; y referente a las acciones y disposiciones gubernamentales en pro del desarrollo, entre otras.
- e) Elaborar sistemas operacionales de comunicación para el desarrollo rural, como redes campesinas de información electrónica, integración de comisiones comunitarias de gestoría, cursos de capacitación, y grupos de productores de intercambio de experiencias, entre otros y.
- f) Crear medios locales de comunicación y centros de información comunitarios.

Estos planteamientos, plasmados en el programa denominado Redes rurales (FARMNET) según sus siglas en inglés, los viene poniendo en práctica la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) desde la década de los 90, en diferentes países atrasados. Algunos ejemplos de ello, en América Latina, son los proyectos siguientes:

En Bolivia

Centro de Comunicación para el Medioambiente. Integra una red de servicios de información técnica y ambiental y coordina con comunidades y ONGs programas comunicacionales que incluyen el uso del video, Internet y programas radiales.

Red Virtual de Comunicación para la Extensión y la Investigación. Es un medio para facilitar el intercambio de información entre centros de investigación agrícola, centros de extensión, instituciones, ONGs, y asociaciones de productores sobre temas sustentables.

En Colombia

Red de Información y comunicación – AGRONET. Sistema de información sobre cuestiones agrícolas y sustentables, auspiciado por el Ministerio de Agricultura, con el propósito de apoyar, mediante las radios locales, el desarrollo municipal.

Curso para reporteros rurales para informar a las comunidades sobre los recursos, utilizando la radio y las nuevas TICs – Chile-.

La necesidad de contar con especialistas que apliquen la comunicación para el desarrollo

La factibilidad de una comunicación para el desarrollo estriba, como se ha explicado anteriormente, en la educación, la planeación y las estrategias comunicacionales y los sistemas de conocimiento. Pero el planteamiento no está completo, hace falta algo fundamental ¿Quiénes la van a aplicar? Esto es clave, porque el cumplimiento de los propósitos de la comunicación participativa, depende de que personal especializado en esta área la ponga en práctica.

En los procesos de desarrollo rural, el agente de desarrollo (extensionista, promotor, facilitador, etc.) tiene como función básica la de comunicarse con, y capacitar al, sujeto rural. Este agente es el articulador entre las políticas de los decidores y los ejecutores de las mismas, y las dos únicas materias que nunca se le han enseñado son Comunicación y Pedagogía”.
(www.rlc.fao.org/prior/desrural, 2007).

De acuerdo a lo anterior, es imprescindible la formación de especialistas en comunicación participativa para que estos la apliquen a la realidad concreta de cada lugar y capaciten a los agentes del desarrollo. Sobre esta cuestión se profundiza en el siguiente apartado.

2. 3. 2. 1. Iniciativas y acciones alternativas en las escuelas de comunicación, medio posible para formar los cuadros técnicos para el desarrollo.

En el apartado 2. 2. 1. 3. denominado la orientación de la enseñanza, la investigación y la práctica de la comunicación en México, se plantea que la factibilidad de la comunicación para el desarrollo, depende entre otras cosas, de operarla mediante la utilización de la “otra comunicación” (comunicación alternativa), lo que no resulta una tarea sencilla, en la medida en que, en primer lugar, se requiere de los cuadros técnicos suficientes para ponerla en práctica, los cuales, en el caso de México, no existen en la cantidad y la calidad que son

necesarios , porque no se están formando en las escuelas y los centros de investigación de la comunicación de nuestro país.

Modificar los criterios y enfoques que predominan en la formación profesional, la investigación, la enseñanza y la práctica de la comunicación en México (descritos en el apartado antes referido), implica no sólo luchar contra la acentuada idea de que los planes de estudio deben estructurarse en función de las necesidades del mercado de trabajo (entiéndase empresas), porque hacerlo, en relación con las necesidades sociales, es condenar al egresado a la desocupación. Asimismo, hay que luchar contra el criterio de excluir de la curricula de la carrera el estudio de la comunicación para el desarrollo, la comunicación alternativa y el análisis de los fenómenos comunicativos del medio rural. La lucha también es en el terreno político, en la medida en que todo cambio en los planes de estudio, principalmente los de las universidades públicas, siempre enfrenta una resistencia sindical por los intereses que puede afectar, resultando muchas veces que, por este motivo, los cambios no se dan o se alargan considerablemente o simplemente se dan de forma.

Ante este panorama, resultan escasas las posibilidades de formar, de manera institucional, los cuadros técnicos para aplicar, en nuestra realidad nacional, la comunicación para el desarrollo. Esta situación demuestra que no sólo es necesario “otro desarrollo” y “otra comunicación”, sino también “otra escuela”, razón por la que en este punto se plantea la necesidad de fomentar y realizar acciones paralelas en el seno de las instituciones educativas donde se imparte la carrera de comunicación. Cuando se plantea la necesidad de “otra escuela”, el señalamiento va en el sentido de aprovechar los recursos institucionales existentes en cada plantel e impulsar, hasta donde sea posible, la reorientación

de la enseñanza de la comunicación, mediante gestiones de maestros y alumnos; pensar en crear, física y académicamente, un nuevo colegio es una misión casi imposible de lograr. Una operación que puede hacer factible la formación de los cuadros requeridos es; por un lado, concatenar tres aspectos: la investigación, la vinculación y el servicio social, todos ellos con un enfoque alternativo; por otro, impulsar el establecimiento, en las facultades de comunicación, de opciones de nivel Técnico Superior Universitario como una de las vías para reorientar la enseñanza de la comunicación.

La investigación, la vinculación y el servicio social alternativos

La investigación, la vinculación y el servicio social pueden ser los vehículos más idóneos para intentar construir “otra escuela”, esto tomando en consideración que están instituidos y que cuentan con recursos, su único problema es que están mal orientados. La reorientación que a continuación se explica puede cambiar el rumbo y los resultados de éstos.

Talleres alternativos de investigación

En diferentes tiempos, carreras y latitudes de nuestro territorio nacional, han tenido lugar iniciativas de maestros y alumnos que, motivados por el interés de servir a la comunidad, impulsaron acciones que la burocracia académico-administrativa y los enfoques de la enseñanza reinantes no permitían, un ejemplo de ello es lo que sucedió en la década de los 70, época de gran efervescencia política en México, en la Facultad de Arquitectura de la UNAM, donde se vivió una experiencia interesante de vinculación entre universidad y

sociedad, hecho que se manifestó, entre otras cosas, en el establecimiento de Talleres Populares de Arquitectura, aquí los maestros enseñaban las teorías

arquitectónicas y los alumnos las aprendían, en función de la ejecución de proyectos de autoconstrucción de viviendas populares. En estos proyectos de lo que se trataba era que los colonos de barrios marginados de la Ciudad de México, construyeran sus viviendas con la asesoría de los maestros y estudiantes de Arquitectura. Esta tiene que ser la forma en que la universidad pública se ligue con la población, coadyuvando a la satisfacción de sus necesidades.

En las Ciencias Sociales y concretamente en el campo mexicano de la comunicación, muy pocas son las aportaciones concretas que se han dado, para atender la problemática de la realidad que circunda a los diferentes centros de estudio de la materia, dadas estas circunstancias son innumerables las cosas que hay por hacer para retribuir a la sociedad, pero lo primero es conocer a fondo su problemática, porque en los centros de enseñanza no es suficiente lo que se conoce de las comunidades de su ámbito, por ello se propone primero investigar, pero que las investigaciones que se efectúen no se queden archivadas o sirvan para cubrir requisitos de la burocracia académica, de lo que se trata es investigar para transformar la realidad.

Para romper con las ataduras que tiene la producción de conocimiento en la academia, se requiere de una instancia de investigación que no esté sujeta a los tiempos y criterios académico-administrativos de las instituciones educativas; que esté libre de enfoques metodológicos subjetivos y burocráticos, los que se caracterizan por ponerle énfasis a los procedimientos y no a lo que se investiga, ni a los resultados de lo investigado; que proscriba los temas

trillados e inútiles; pero sobre todo que impulse la realización de investigaciones que, obligadamente alimenten o concluyan en proyectos

concretos de comunicación que beneficien a una comunidad o institución específica. La instancia que pudiera hacer factible este ideal, sería la organización de **talleres alternativos de investigación**.

Al respecto, los mencionados talleres tendrían que ser promovidos por maestros y alumnos interesados en la “otra escuela”, utilizando los recursos y las instalaciones de la facultad de que se trate, pero fuera de su control administrativo, aunque, necesariamente, estableciendo un vínculo de cooperación y ayuda mutua con las autoridades correspondientes. Para atraer participantes se les ofrecería una opción diferente de aprendizaje, una constancia para currículo, liberación del servicio social, practicas de campo, publicación de trabajos, tema y desarrollo de tesis y productividad académica, entre otros.

La posibilidad de realizar los talleres mencionados, en las instalaciones de las universidades, estaría determinada por una cobertura legal-administrativa que ofrecen los proyectos de vinculación que tienen instituidos las diferentes entidades educativas, tales proyectos también pueden ser una vía para obtener recursos y financiamiento. En el siguiente punto se amplía la explicación al respecto.

Proyectos de vinculación alternativos

Las diferentes universidades públicas contemplan en sus planes de desarrollo institucional, programas permanentes de vinculación con la sociedad, con las instituciones y con el sector productivo. En el caso concreto de la Universidad

Veracruzana (UV), en su plan general de desarrollo se establece que es preciso:

contribuir a la consolidación de una cultura de la vinculación, tanto en el ámbito institucional como en el entorno social y productivo inmediatos, establecer el estudio sistemático de las acciones de vinculación institucionales mediante su registro, seguimiento y evaluación. (www.uv.mx, 2007),

así como "promover los proyectos de vinculación que propicien el intercambio de conocimientos y recursos de los sectores" (www.uv.mx, 2007). Esto es corroborado por su actual Rector, el Doctor Raúl Arias Lovillo, quien señala:

La vinculación con el entorno es de la mayor significación para la UV. Además de que es la premisa de nuestro gran objetivo de convertirla en agencia de generación y distribución social del conocimiento, al cumplir con una de sus funciones fundamentales-como es la extensión universitaria y la vinculación- la institución se asume como palanca del desarrollo del estado...Nuestra vinculación, por lo tanto, se lleva a cabo en tres vertientes: con el sector social, con el sector público y con el sector productivo." (www.uv.mx, 2007)

Asimismo, la UV

busca incidir, principalmente, en el desarrollo de los grupos marginados y más vulnerables... en primer lugar nuestra política de vinculación se propone que el conocimiento se distribuya con criterios de justicia social, de que investigadores, estudiantes, profesores

brigadistas, acudan a las zonas más pobres del estado y propongan a las comunidades, desde su perspectiva académica, alternativas organizacionales y productivas para impulsar y mejorar el desarrollo.

A eso es lo que llamamos el conocimiento socialmente distribuido, el que la Universidad genera y pone al servicio de la sociedad. (www.uv.mx, 2007).

Con la finalidad de llevar a la práctica lo antes expuesto, la UV creó el Sistema de Información para la Vinculación Universitaria (SIVU), instancia administrativa encargada de establecer las políticas correspondientes, promover proyectos y efectuar el registro, seguimiento y evaluación de todas las acciones de vinculación que se realicen por parte de las diferentes entidades académicas y por parte de docentes y alumnos de esta universidad. En los lineamientos del SIVU se señala que por iniciativa propia, cualquier catedrático puede llevar a cabo un proyecto de vinculación, siendo el único requisito a cubrir, el de llenar en línea un formulario con la información siguiente:

DATOS GRALES. DEL PROYECTO	DATOS ESPECIFICOS	DIAGNOSTICO
Propósito Naturaleza Ámbito Temporalidad Beneficiarios	Nombre del proyecto Justificación Objetivos Metas Acciones Características Recursos humanos(docentes y alumnos) Responsables y participantes Instituciones con quien se vincula Fuente de financiamiento Infraestructura Temas atendidos	Beneficios de vinculación Proceso de gestión de la vinculación Obstáculos a la vinculación Factores de éxito

Circunstancias como las antes expuestas posibilitan la ejecución de los Talleres alternativos de investigación, en la medida en que un proyecto de vinculación (impulsado por maestros y alumnos) que busque cumplir con objetivos comunitarios no burocráticos, puede desarrollarse de manera independiente en el marco legal que ofrecen los programas institucionales de vinculación, siendo el único compromiso con éstos el de cubrir la formalidad del caso, obteniendo a cambio el acceso a instalaciones y a recursos de la facultad correspondiente; cobertura académica-administrativa para motivar la participación del alumnado y los docentes; así como el acceder a fuentes de financiamiento de organismos nacionales e internacionales.

Servicio Social alternativo

Para comprender la importancia que tiene el servicio social y la trascendencia que puede llegar a tener, es necesario abordar, de manera puntual, seis aspectos de este: los antecedentes, el marco legal, su filosofía, los propósitos, situación actual y las perspectivas.

Antecedentes

En la etapa posrevolucionaria de nuestra historia, la población rural mexicana enfrenta una serie de carencias, siendo una de ellas la falta de servicios médicos básicos, ante esta situación, Lázaro Cárdenas (1934-1940) decreta, en 1936, el establecimiento del Servicio Social en nuestro país. Dicho servicio lo empiezan a proporcionar los egresados de medicina, los cuales son canalizados a las diferentes comunidades del territorio nacional con la encomienda de proporcionar servicio médico gratuito, orientar a la población en el cuidado de la salud, realizar campañas de prevención y efectuar investigación médica. Al paso de los años la obligación de prestar servicio social se extiende a todas las carreras.

Marco legal

En el artículo 5o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en su ley reglamentaria se establece, con carácter de obligatorio, la prestación del servicio social por parte de los estudiantes de cualquier licenciatura, quedando bajo el cuidado y la responsabilidad, del cumplimiento y modalidades del mismo, de la escuela o facultad correspondiente.

Asimismo, se instruye, en las normas mencionadas, a las universidades, para que incluyan en sus planes y programas de estudio acciones a favor de la comunidad y la prestación del servicio social como uno de los requisitos para la obtención del título profesional correspondiente.

Filosofía

En la universidad pública, la generación y transmisión de conocimientos, así como la formación de profesionales, investigadores, técnicos y artistas, ésta guiada por el principio de satisfacer las necesidades de la sociedad, principalmente de la población marginada, porque es ésta quien la sostiene. Esto queda de manifiesto en el señalamiento que hace la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) al respecto.

Extender los beneficios de la ciencia, la técnica y la cultura a la sociedad; realizar acciones que beneficien prioritariamente a los sectores sociales más desprotegidos, apoyándose, en el conocimiento científico y técnico existentes en las instituciones de educación superior.

Fortalecer la formación integral de los prestadores de servicio social y fomentar la participación conjunta de las IES, la sociedad y los diversos niveles de gobierno en la solución de la problemática social.” (ANUIES, 2001, p. 86).

Propósitos

La prestación del servicio social a parte de retribuirle a la sociedad lo que le corresponde, tiene como propósitos:

Poner a los estudiantes en contacto con la realidad.

Contribuir a la formación académica y capacitación profesional de los estudiantes.

Realizar una práctica profesional en la cual se aplican los conocimientos adquiridos en la carrera cursada.

Desarrollar en los estudiantes un espíritu de cooperación y ayuda mutua, así como de compromiso con la sociedad a la que se debe.

Situación actual

A siete décadas de distancia de haberse implementado el servicio social en México, en lugar de haber calado su filosofía en las universidades, de consolidar sus propósitos, de lograr una amplia y consciente participación de alumnos y maestros, pero sobre todo de obtener mejores resultados, la situación que guarda es la siguiente:

El servicio que presta la mayoría de los alumnos de las universidades en nuestro país está muy alejado de ser una práctica social... En los inicios de la Universidad en México se estipuló que los estudiantes debían ofrecer a la sociedad un servicio con conocimientos y capacidades que, al mismo tiempo, sirviera como un instrumento de

aprendizaje. Por desgracia, esta intención se ha perdido con el paso de los años” (www.uv.mx/gaceta, 2003)

Lo antes citado fue planteado en el seminario-taller “El servicio social comunitario y la vivienda rural tradicional”, realizado en mayo de 2003, en Xalapa, Veracruz. Este evento fue organizado por la Universidad Veracruzana, la ANUIES, la Fundación Ford, International Council on Monuments and Sites (icomos) México y las universidades Nacional Autónoma de México, Autónoma Metropolitana, de Yucatán y de Chiapas.

Los asistentes al seminario llegaron a la conclusión de que:

El servicio social enfrenta grandes problemas como desconocimiento de su función, filosofía, objetivos e importancia, así como falta de impulso a los alumnos para que participen en proyectos comunitarios y escasez de académicos que quieran colaborar como tutores.

Además, el servicio social es considerado, por un lado, como una actividad orientada a los aspectos administrativos y desvinculada de los programas de estudio y, por otro, como un requisito para la titulación. (www.uv.mx/gaceta, 2003).

Perspectivas

Sin lugar a dudas el servicio social enfrenta grandes problemas, los cuales cuatro años después de haber sido señalados en el seminario-taller de

referencia, siguen presentes y mientras se continúen aplicando las políticas de siempre ahí estarán.

La falta de participación de docentes y alumnos en proyectos comunitarios de servicio social, no sólo es debido al desconocimiento que se tiene de la función de éste, de su filosofía, de sus objetivos e importancia, sino también, en el caso concreto de las escuelas de comunicación, a la falta de contacto de sus miembros con la realidad social, en la medida en que sus prácticas de campo se reducen al ámbito de las empresas mediáticas, siendo insignificante la labor que se realiza a favor de la población marginada, la que ni siquiera es digna de tomar en cuenta para investigar su problemática comunicativa. A esto hay que agregar que no existen mecanismos, formales o informales, que permitan una vinculación entre escuela y sociedad.

Una salida a la situación antes descrita, podrían ser los Talleres alternativos de investigación, los que de acuerdo a la fundamentación que se hace de ellos en el punto correspondiente, pondrían en contacto con la realidad social a los maestros y alumnos, serían un vínculo entre escuela y sociedad, ofrecerían una opción diferente de aprendizaje y permitirían la realización de un servicio social alternativo.

El nivel Técnico Superior Universitario, opción para reorientar la enseñanza de la comunicación en México

La coyuntura creada por la política gubernamental de educación superior que, entre otras cosas, busca establecer modelos educativos flexibles, la departamentalización y el acortamiento del tiempo de estudio, esto último vía la

opción de técnico superior universitario en diferentes carreras, es favorable para impulsar la reorientación de la enseñanza de la comunicación en nuestro país. Asimismo, el agravamiento de la crisis ambiental, está obligando a los gobiernos de los distintos niveles a tomar medidas pertinentes, entre ellas la formación de profesionales de distintas disciplinas con una orientación hacia el desarrollo sustentable.

De acuerdo a la situación antes mencionada, es factible el establecimiento de una opción a nivel de Técnico Superior Universitario en Comunicación. Al respecto se presenta a continuación una propuesta concreta:

*Plan de estudios para la carrera de Técnico Superior Universitario en
Comunicación para el Desarrollo Sustentable*

(Versión resumida)

Perfil del aspirante

Manifestar interés por incorporarse a trabajar en instituciones de los gobiernos federal, estatal y municipal y Organizaciones No Gubernamentales (ONG) en el área de promoción del desarrollo sustentable.

Ser respetuoso de las costumbres y tradiciones de los diferentes grupos sociales.

Desenvoltura para interactuar con grupos de personas, motivando su participación, sin imponer criterios.

Destreza para aplicar los conocimientos teóricos en actividades prácticas.

Capacidad para transferir conocimientos y habilidades a otras personas, así como para resolver situaciones problemáticas.

Facilidad para el manejo de medios alternativos y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Perfil del egresado

Al adquirir los conocimientos previstos en el plan de estudios el egresado podrá desempeñar entre otras las siguientes funciones:

Realizará Investigación aplicada al trabajo comunitario en relación con la comunicación.

Efectuará estudios socioeconómicos y comunicativos para fundamentar y orientar la promoción del desarrollo sustentable en las diferentes comunidades.

Promoverá dinámicas participativas en el trabajo comunitario y en la toma de decisiones de la comunidad.

Transmitirá conocimientos en los distintos campos de su formación.

Identificará, en el contexto municipal, estatal, regional y nacional, los elementos sustantivos de la problemática del desarrollo, desde un enfoque sustentable.

Diseñará planes, proyectos, estrategias y productos comunicacionales para generar corrientes de opinión, al interior de las comunidades, favorables al desarrollo sustentable.

Crearé sistemas digitales de conocimiento e información para respaldar las acciones de las comunidades en pro del desarrollo.

Elaborará materiales comunicativos para la educación ambiental y la capacitación para el trabajo.

Será agente de cambio y ejercerá un liderazgo en las campañas de promoción del desarrollo sustentable.

Campo de desempeño profesional

El egresado de esta carrera puede participar en los diversos programas gubernamentales federales, estatales y municipales de desarrollo, entendido éste como un eje integrador de lo económico, lo político, lo social, lo educativo, lo cultural, lo ambiental y la salud, entre otras.

Las diversas dependencias de los rubros señalados que, realizan acciones a favor del desarrollo constituyen la principal fuente de empleo para el Técnico Superior Universitario en Comunicación para el Desarrollo (TSUCD). Asimismo, las Organizaciones No Gubernamentales (nacionales e internacionales) y organismos mundiales como la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), entre otros, realizan acciones en pro del desarrollo en diversos países o financian programas al respecto. Esto las instituye como otra parte significativa del campo de desempeño profesional del egresado.

El TSUCD también puede desempeñarse en los medios de comunicación como editor y comentarista especializado en temas medioambientales y de desarrollo

sustentable, así como laborar como profesor de esta temática a nivel medio superior o técnico y participar en las agencias de publicidad como especialista en el diseño de campañas publicitarias a favor del cuidado del medio ambiente.

Requisitos para obtener el título

Para obtener el título de Técnico Superior Universitario en Comunicación para el Desarrollo, el alumno deberá cubrir los créditos conforme a la siguiente tabla:

AREAS DE FORMACION	CREDITOS	%
Área de formación básica general	18	9
Área de formación básica de iniciación a la disciplina	54	27
Área de formación disciplinaria	67	33.3
Área de formación terminal y prácticas profesionales	62	30.8
Número mínimo de créditos para optar por el título	201	100

Nota: El mínimo de créditos requeridos para obtener el título de Técnico Superior Universitario, queda estipulado en el ACUERDO número 279 (Secretaría de Educación Pública) por el que se establecen los trámites y procedimientos relacionados con el reconocimiento de validez oficial de estudios del tipo superior, al respecto en el artículo 13 del documento referido se señala lo siguiente: “Las propuestas de los planes de estudio para estas opciones deberán contar con un mínimo de 180 créditos;”

Las Experiencias Educativas que integran cada una de las áreas de formación se relacionan, de acuerdo a la clasificación anterior, en los cuadros que a continuación se exponen:

ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA GENERAL

Experiencias Educativas	Objetivos generales Los participantes:	Horas teoría	Horas practica	Horas totales	Créditos	Requisito
Computación básica		2	2	4	6	
Habilidades del pensamiento Crítico y creativo	Desarrollarán habilidades para pensar, procesar y transformar información para la generación de nuevo conocimiento	2	2	4	6	
Lectura y redacción a través del análisis de la problemática socioeconómica y medio ambiental del México actual	Desarrollarán, a través de lecturas relacionadas con la problemática social que atenderán, habilidades reflexivas, las cuales a su vez les permitirán aprender a redactar y a desarrollar un estilo de redacción.	2	2	4	6	
Totales		6	6	12	18	

ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA DE INICIACIÓN A LA DISCIPLINA

Experiencias Educativas	Objetivos generales Los participantes:	Horas teoría	Horas práctica	Horas totales	Créditos	Requisito
Introducción a la Teoría de la Comunicación	Conocerán los elementos y los conceptos básicos de las diferentes teorías de la comunicación	3	1	4	7	
Introducción a la Teoría del Lenguaje	Conocerán el desarrollo del lenguaje, entendido éste, como el proceso por el cual los seres humanos adquieren la capacidad de comunicarse verbalmente. Asimismo, sabrán que son necesarias una serie de condiciones para que tenga lugar dicho desarrollo. Analizarán, desde un punto de vista lingüístico, fenómenos tales como el significado, la verdad, el uso del lenguaje, el aprendizaje y la creación del lenguaje, el entendimiento del lenguaje, el pensamiento, la experiencia, la comunicación, la interpretación y la traducción.	3	1	4	7	
Taller de fotografía	Conocerán el manejo del lenguaje visual. Utilizarán la fotografía como recurso de comunicación visual para promover el desarrollo sustentable	1	3	5		6
Sociología urbana y rural	Estudiarán la organización, los grupos y las normas de la sociedad rural, así como la interacción social y la forma en que se organiza la población para el trabajo.	3	1	4	7	
Fundamentos del medio radiofónico	Analizarán el desarrollo de la radio, su funcionamiento y el equipo humano y técnico requerido, con énfasis en la radio alternativa. Realizarán prácticas radiofónicas.	3	1	4	7	Redacción Guionismo
Investigación y comunidad	Aprenderán la metodología y las técnicas de la investigación social aplicadas al trabajo comunitario.	3	1	4	7	
Guionismo	Diseñarán y producirán guiones literarios y técnicos para televisión, radio e Internet	2	2	4	6	
Redacción para medios impresos y audiovisuales alternativos	Redactarán mensajes para medios impresos y audiovisuales, siendo dichos mensajes accesibles y comprensibles para los sujetos del desarrollo.	2	2	4	6	
Introducción a la Publicidad	Estudiarán los principios de la publicidad, sus estrategias y los medios publicitarios, desde un enfoque social	3	1	4	7	
Totales		23	13	36	54	

ÁREA DE FORMACIÓN DISCIPLINARIA

Experiencias Educativas	Objetivos generales Los participantes:	Horas teoría	Horas practica	Horas totales	Créditos	Requisito
Teoría de la Comunicación	Abordarán a la comunicación como un campo de estudio, identificando los problemas relativos al emisor, el mensaje y el receptor. Identificarán las principales aportaciones y corrientes teóricas de la Comunicación Social	3	1	4	7	
Teoría del Lenguaje	Analizarán las principales teorías del lenguaje y las corrientes de pensamiento que estas han generado.	3	1	4	7	
Comunicación para el desarrollo	Aprenderán los antecedentes, los fundamentos, la evolución y las condicionantes de la comunicación para el desarrollo	3	1	4	7	
Comunicación Alternativa	Conocerán el contexto en que surge, modalidades, experiencias y la necesidad social de una comunicación alternativa	2	2	4	6	
Teorías del desarrollo económico	Conocerán los indicadores del desarrollo económico. Analizarán las teorías y el proceso del desarrollo. Estudiarán el caso de México.	3	1	4	7	
El enfoque sustentable del desarrollo	Conocerán los antecedentes, los fundamentos y las perspectivas del desarrollo sustentable	2	1	3	5	
Proyectos de desarrollo	Formularán proyectos para impulsar el desarrollo de las comunidades	1	2	3	4	
Comunicación y trabajo comunitario	Aprenderán dinámicas y técnicas grupales para el trabajo comunitario.	2	2	4	6	
Promoción del desarrollo sustentable	Diseñarán estrategias de comunicación orientadas a promocionar el desarrollo en las comunidades	2	2	4	6	
Formulación de planes y proyectos de comunicación para el desarrollo	Aprenderán a elaborar un plan de comunicación Elaborarán proyectos de comunicación	2	2	4	6	
Comunicación y educación ambiental	Elaborarán productos comunicacionales para la educación ambiental	2	2	3	6	
Totales		25	17	42	67	

ÁREA DE FORMACIÓN TERMINAL Y PRÁCTICAS PROFESIONALES

Experiencias Educativas	Objetivos generales Los participantes:	Horas teoría	Horas practica	Horas totales	Créditos	Requisito
Producción y programación sonora	Producirán materiales sonoros alternativos Elaborarán una programación radiofónica comunitaria	2	2	4	6	Fundamentos radiofónicos
Taller de TV y video alternativo I	Aprenderán los conceptos generales del proceso de realización de un video documental, institucional y de eventos. Conocerá las técnicas básicas de producción, los diferentes tipos de formatos, el manejo de cámara y de iluminación	2	2	4	6	Guionismo
Taller de TV y video alternativo II	Elaborarán un plan de Filmación. Story Board. Seleccionarán la música y los efectos para constituir la banda sonora de los productos audiovisuales. Realizarán prácticas de filmación. Montarán una muestra de material filmado.	2	2	4	6	Taller TV I
Taller de Comunicación Grafica	Diseñarán mensajes, utilizando imágenes, signos, señales y símbolos que proporcionen una información gráfica y audiovisual, con un enfoque alternativo.	2	2	4	6	
Sistemas digitales de conocimiento e información	Diseñarán, aplicando las nuevas tecnologías, sistemas de comunicación e información para apoyar las acciones de desarrollo que emprendan las comunidades	2	2	4	6	Computación
Diseño editorial	Elaborarán periódicos, revistas y diversos medios impresos alternativos	2	2	4	6	Redacción
Comunicación y capacitación para el trabajo	Aprenderán los fundamentos teóricos y metodológicos de la comunicación que se aplican en la capacitación para el trabajo Analizarán, diagnosticarán y diseñarán programas de capacitación. Elaborarán materiales para la capacitación.	2	2	4	6	T. Comunicación,
Estadías*					20	
Totales		14	14	28	62	

* **Estadías Técnicas:** Con la finalidad de fortalecer la vinculación entre las instituciones educativas, el sector productivo y la comunidad, la Dirección General de Educación Tecnológica Industrial (DGETI), dependiente de la

Secretaría de Educación Pública, estableció las Estadías Técnicas como medio para fortalecer y ampliar dicho vínculo, pretendiendo además lograr una formación teórico-práctica de los alumnos y dominio de conocimientos que les permitan su ubicación y desarrollo en el campo laboral.

Una formación acorde a las realidades del entorno facilita la integración de los alumnos, al mismo tiempo, ofrece el conocimiento de los avances tecnológicos que pueden ser aplicados para el desarrollo socioeconómico de su región y su país, ya que México demanda profesionistas capaces y especializados que apliquen los conocimientos actuales que día a día surgen como un reto.” (www.dgeti.sep.gob.mx, 2007)

La Estadía Técnica

Es el periodo correspondiente al 6º cuatrimestre del Programa Educativo, con duración de catorce semanas, en el que el estudiante permanece en una organización, aplicando conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas en los cinco cuatrimestres anteriores cursados en la Institución.” (www.dgeti.sep.gob.mx, 2007)

La DGETI define a la estadía como: “... la permanencia por un período determinado en una empresa, institución educativa o centro de investigación, con el propósito de obtener una superación académica que redunde en

beneficio de la formación de nuestros educandos.” (www.dgeti.sep.gob.mx, 2007).

Lo expuesto en los párrafos anteriores constituye los propósitos y lineamientos generales que establece la DGETI en relación con las estadías, llevados estos a los hechos por algunas instituciones educativas, se observa la situación siguiente.

En los cuatro meses de estadía el alumno colabora con la empresa o institución cumpliendo con un horario de tiempo completo o tiempo parcial, teniendo las mismas obligaciones y responsabilidades que el resto del personal de la organización de que se trate.

Para proteger al alumno se le asigna un seguro médico facultativo del IMSS, el cual lo ampara contra los riesgos que pueda sufrir dentro de la empresa o institución donde se encuentre realizando su estadía. Esta medida la han puesto en práctica algunas instituciones educativas que imparten esta modalidad.

De acuerdo a los convenios de vinculación que logren establecer las universidades con las empresas o instituciones, éstas considerarán la posibilidad de otorgar algún apoyo económico o en especie en beneficio del alumno, como puede ser una beca económica, de alimentación, capacitación, transporte u otro.

Durante el tiempo que dure la Estadía Técnica, los alumnos desarrollarán un proyecto de acuerdo a los lineamientos de la institución educativa correspondiente, en concordancia con los intereses del educando. En este proceso el alumno contará con un Asesor Académico designado por su

institución educativa y un asesor asignado por la organización donde realiza su estadía; ambos orientarán, técnica y metodológicamente el trabajo del alumno, para que el proyecto logre en tiempo y forma los objetivos previstos. La empresa o institución motivo de la estadía debe otorgar al alumno las facilidades necesarias para que asista a su Universidad al menos una vez al mes para recibir asesoría académica.

Una vez concluida la estadía el alumno presenta un informe por escrito del proyecto desarrollado y sustenta un Examen Profesional para obtener el título de Técnico Superior Universitario.

La propuesta hasta aquí expuesta es un planteamiento general que se somete a la consideración de los interesados en la comunicación para el desarrollo, pero sobre todo para aquellos que quieran contribuir a la puesta en práctica de la misma.

2.3. 3. La radio comunitaria, el medio alternativo más idóneo para promover el desarrollo sustentable en la zona rural

La radio comunitaria, es el medio más utilizado alternativamente y el de mayor impacto, prueba de ello son los casos de las Radio escuelas de Colombia (1948) y las Radios Mineras de Bolivia (1952), los cuales fueron reseñados en el capítulo 1, apartado 1.3.1.3.

A partir de la referencia anterior y hasta nuestros días, la radio resulta el medio más idóneo para darles la palabra a quienes no la tienen, porque la “cabina de radio” puede ser cualquier rincón de un socavón minero, una sede sindical, una

escuela, una iglesia, un mercado, una cancha deportiva o una plaza, así como el hogar de algún miembro de la comunidad. Asimismo, la “producción radiofónica” se puede realizar con el equipo más rudimentario y los mismos pobladores son capaces de producir y transmitir la programación. Aunado a esto, el medio radiofónico es el de menor costo de equipamiento y de fácil operación, así como el de mayor cobertura.

En la actualidad, la radio alternativa sigue jugando un papel importante en el desarrollo rural de diferentes latitudes. Esto lo prueba la existencia de dos organizaciones mundiales no gubernamentales, como son: La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)

La AMARC es un organismo no gubernamental internacional (ONGI) constituido en torno a las radios comunitarias, ciudadanas y populares. Esta agrupación fue fundada en 1990 y cuenta a la fecha, con cerca de 400 asociadas, 18 Representaciones Nacionales que impulsan las actividades de la asociación en sus respectivos países, un Consejo Regional con representación de las Subregiones (Países Andinos, Centroamérica, Cono Sur, México, Brasil y el Caribe).

El propósito de AMARC es la democratización de las comunicaciones, mediante el acceso en igualdad de oportunidades de la sociedad civil a las frecuencias de radio, a través de la constitución de radios comunitarias, las que

su principal función debe ser: favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible de los pueblos.

El concepto de radio comunitaria lo explica la AMARC, en su página Web, a partir de la siguiente interrogante *¿Qué hace que una estación de radio sea comunitaria?*

En primer lugar, a este tipo de radiodifusión, los miembros de la asociación, la denominan con una variedad de nombres como:

" Radio comunitaria, radio rural, radio cooperativa, radio participativa, radio libre, alternativa, popular, educativa..." (www.amarc.org, 2006)

Acto seguido explican que

Sus prácticas y perfiles son aún más variados. Algunas son musicales, otras militantes y otras musicales y militantes. Se localizan tanto en áreas rurales aisladas como en el corazón de las ciudades más grandes del mundo. Sus señales pueden ser alcanzadas ya sea en un radio de un kilómetro, en la totalidad del territorio de un país o en otros lugares del mundo vía onda corta (www.amarc.org, 2006).

En cuanto a la propiedad de las radiodifusoras señalan que

Algunas estaciones pertenecen a organizaciones sin ánimo de lucro o a cooperativas cuyos miembros constituyen su propia audiencia. Otras pertenecen a

estudiantes, universidades, municipalidades, iglesias o sindicatos. Hay estaciones de radio financiadas por donaciones provenientes de su audiencia, por organismos de desarrollo internacional, por medio de la publicidad y por parte de los gobiernos. (www.amarc.org, 2006).

Después de explicar las diferentes denominaciones, las prácticas y perfiles, así como la forma de propiedad de las radios comunitarias, terminan fundamentando que es lo que hace que una estación de radio sea comunitaria, al respecto señalan que:

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría...; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil;...; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria. (www.amarc.org, 2006).

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)

La ALER fue creada en 1972, a partir de que 18 radiodifusoras de la iglesia católica (Jesuitas) deciden asociarse. Estas emisoras venían operando, especialmente, en el medio rural, siendo su principal labor la alfabetizando a distancia. Esta integración tenía como finalidad mejorar la organización y la calidad de los programas educativos, capacitar al personal de las emisoras y obtener financiamiento (donaciones) internacional, entre otros objetivos.

Los regímenes dictatoriales y la situación de pobreza que vivían varios países de América Latina en la década de los 70, motivó, en ellos, el ascenso de las luchas populares, la radicalización de un sector de la iglesia y la insurgencia revolucionaria, tales circunstancias obligaron a que la ALER abandonara la radio puramente educativa y de inspiración cristiana, para transformarse en una radio más política y social, constituyéndose de esta manera la Asociación de Radios Populares. A partir de esto, se empezaron a adherir otras radios comunitarias que venían operando en diversas naciones Latinoamericanas, cuyos objetivos coincidían con los de ALER.

La radio popular inauguró un modelo participativo en los medios, donde se privilegió la palabra de los más humildes, de los excluidos, pensando siempre en su organización social y política para la transformación de las estructuras de los países. (www.aler.org.ec, 2006).

En este contexto de conflicto social, las Radios de ALER se convirtieron en uno más de los críticos y combatientes de las dictaduras de esa época, además se dieron a la tarea de promover el establecimiento de más radiodifusoras

populares, formar cuadros técnicos para ellas, ofrecer producciones radiofónicas innovadoras, elaborar manuales de producción radiofónica y realizar talleres para directores, productores, programadores e investigadores de la radio popular.

A tres décadas y media de haber sido creada la ALER, la misión de ésta y el tamaño de la misma se han ampliado, siendo la primera:

ALER es una Asociación Civil, constituida por Instituciones de América Latina y El Caribe, que hace comunicación radiofónica educativa. Trabaja, junto a otros actores sociales, por la democratización de las comunicaciones, por el desarrollo humano sostenible, y por la construcción de sociedades con mayor justicia, mayor equidad y mayor democracia. (www.aler.org.ec, 2006).

Con respecto al tamaño alcanzado, hasta nuestros días, por la aludida asociación radiofónica, el dato siguiente da fe de ello:

El Sistema Intercontinental de Comunicación Radiofónica (SICR) cuenta ya con 8 up links o estaciones terrenas, lo que permite una cobertura de Centro y Sur América, así como de la parte sur de Norteamérica. Esto representa para el Sistema trabajar, actualmente, con 187 receptores satelitales, distribuidos de la siguiente manera: Argentina 17, Bolivia 16, Colombia 9, Costa Rica 7, Chile 5, Ecuador 40, El Salvador 17, Guatemala

4, Honduras 3, México 9, Nicaragua 3, Panamá 3, Paraguay 8, Perú 25, República Dominicana 7, Uruguay 1 y Venezuela 13. Adicionalmente, ALER cuenta con 117 afiliadas que también se enganchan al satélite, lo que permite decir que contamos con el sistema satelital más importante de América. (www.aler.org.ec, 2006).

Lo logrado, durante todos estos años, por la acción ciudadana, la AMARC y la ALER se refleja en que

Existen en América Latina aproximadamente mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas. Se identifican por sus objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los derechos humanos, con acceso y participación de las mayorías en el poder. Se reconocen también por no tener fines de lucro. Esto no les impide crecer, intentando una inserción en el mercado.” (www.amarc.org, 2006).

Aunado a lo anterior, "La radio comunitaria se ha convertido, con el pasar de los años, en una herramienta indispensable para el desarrollo de las comunidades..." (www.amarc.org, 2006)

Como corolario de que la radio comunitaria, es el medio más idóneo para poner en práctica la comunicación alternativa, reseñaremos a continuación una experiencia mexicana al respecto.

Radio Teocelo, ejemplo mexicano de radiodifusión alternativa

Teocelo es un municipio de la zona centro del Estado de Veracruz, México, en cuya cabecera municipal del mismo nombre, se localiza la XEYT Radio Teocelo, la cual, originalmente, formaba parte de varios proyectos, pues se pretendía crear junto con la estación de radio, una envasadora de jugo de naranja y una caja de ahorros, ambas comunitarias. Finalmente, se crea únicamente la radio en 1965, esto por iniciativa de un grupo de jóvenes lugareños, quienes con recursos muy limitados (su primer equipo fue un transmisor de barco reconvertido por uno de sus fundadores) iniciaron una programación de 2 a 4 horas diarias con una cobertura sumamente reducida; dadas sus considerables limitaciones, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes advirtió a la XEYT que de no superar su situación le sería cancelado el permiso correspondiente. A pesar de todas las adversidades, Radio Teocelo se constituyó en la primera radio comunitaria de México.

El apoyo brindado a la XEYT por la población de Teocelo, desde el inicio y durante estas cuatro décadas, fue definitivo para que la radio comunitaria se mantuviera y se desarrollara. Asimismo, en las primeras etapas de la radiodifusora, esta vivió situaciones difíciles que pudo sortear gracias a que se pusieron en contacto con Fomento Cultural y Educativo, organización integrada por jesuitas, ligados en aquellos años, a la Universidad Ibero Americana y que venían operando, en ese tiempo, Radio Huayacocotla. La asesoría proporcionada por los jesuitas fue definitiva para superar la problemática de este periodo.

La experiencia antes descrita, les permitió a los fundadores de **la** XEYT, ampliar su visión y darse cuenta que podrían subsanar algunas de sus deficiencias técnicas y seguir creciendo, ligándose a otros organismos como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), asociaciones a las que en la actualidad, pertenece Radio Teocelo.

La XEYT es literalmente una radio comunitaria, no sólo porque su programación está enfocada a satisfacer las necesidades comunicativas de los teocelanos, sino porque la comunidad es su principal sostén económico, en la medida en que la estación opera con el trabajo de un equipo base de 40 voluntarios y recibe donativos de sus propios oyentes. Dichos donativos se obtienen de dos maneras: aportaciones voluntarias de la comunidad y sorteos.

Radio Teocelo cuenta actualmente con aportaciones voluntarias mensuales de 1,100 personas, las cuales, en su mayoría, aportan 20 pesos y otras donan un poco más. Asimismo, se realizan dos sorteos cada año, participando la comunidad en la compra y venta de boletos. Anualmente, se rinde a la población, un informe de ingresos y egresos.

Otras fuentes de financiamiento las constituyen las donaciones de Organizaciones No Gubernamentales y los convenios con Ayuntamientos de la región, los cuales dan una aportación mensual a cambio de que se difundan sus programas y actividades municipales, así como que se les permita participar en un programa de la XEYT que se llama Cabildo Abierto, el que retransmite de lunes a viernes con una duración de 30 minutos. Con relación a la participación de los ayuntamientos, cabe hacer notar un hecho significativo

que se presentó durante el 2006. Resulta que en una ocasión el Gobierno del Estado de Veracruz efectuó una aportación que, de acuerdo a los criterios establecidos en la radiodifusora (ceder tiempo en proporción con la cantidad aportada), ameritaba corresponderle con un considerable número de minutos de tiempo aire, durante varios días. Esto multiplicó la difusión de boletines y anuncios del gobierno estatal. Tal profusión de menciones frente al hecho de que la gente está consciente de que la radio es de ellos y por tanto es independiente de cualquier gobierno o partido político, motivó que la población, a teléfono abierto, manifestara su desacuerdo, debiendo cancelarse la publicidad y regresar el dinero.

Con la tenacidad de los pioneros y las diferentes generaciones que se han venido integrando a la XEYT, los que legalmente quedaron constituidos como Asociación Veracruzana de Comunicadores Populares (AVERCOP) y les fue otorgado el permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; así como con los apoyos de Fomento Cultural y Educativo, la AMARC y la ALER; pero sobre todo con la participación activa de la comunidad teocelana, la XEYT Radio Teocelo logró consolidarse, al pasar de las carencias de todo tipo a ser una estación que ha mejorado (sin llegar a lo ideal) sus instalaciones, su equipo de transmisión, que cuenta con local propio y posee una unidad móvil.

La consolidación también se manifiesta en su capacidad de transmisión, la que tiene 1000 watts de potencia; mantiene una programación de 14 horas diarias, durante los 365 días del año; y su audiencia potencial es de 500 mil radioescuchas que habitan zonas semirurales y rurales.

Con respecto al contenido de la programación de la XEYT, ésta tiene una estructura básica que contempla los siguientes aspectos:

Noticias	Espacios juveniles
Transmisiones a control remoto	Encuentros deportivos
Fiestas patronales	Promoción de la salud
Debates políticos	Equidad de Género
Programas de mujeres	Defensa del Medio Ambiente
Barra infantil	Cooperativismo
Luchas ciudadanas	Combate a la corrupción y
Entrevistas con alcaldes	Promoción de la democracia

La consolidación de la XEYT también se manifiesta en la clarificación de sus propósitos, los cuales se reflejan fielmente en los lemas que ha tenido a lo largo de su existencia, siendo el primero “Radio Cultural”, posteriormente “Radio Cultural Campesina” y a la fecha: “XEYT, Radio Teocelo, Comunicación para el desarrollo”. Consecuente con este lema, la radiodifusora se plantea como uno de sus principales objetivos, el de promover el desarrollo integral de las comunidades, mediante el establecimiento de vínculos entre ciudadanos, grupos de la sociedad civil, instituciones públicas y privadas, parroquias y ayuntamientos.

El ejemplo mexicano de radiodifusión alternativa antes reseñado, confirma el supuesto de que la radio es el medio más idóneo para aplicar la comunicación alternativa e impulsar el desarrollo en el medio rural. Radio Teocelo no es un caso ejemplar, seleccionado ex profeso, para sustentar lo aquí expuesto, es resultado de lo investigado en campo, pues esto nos llevó a ubicar a la radiodifusora en un lugar colindante, distante a cuatro kilómetros, de Xico,

pueblo que se presenta, en esta tesis, como un ejemplo de impulso del desarrollo sustentable, mediante políticas participativas. Dicho ejemplo se expone en el capítulo 3.

3. XICO, VERACRUZ, EJEMPLO DE APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN PARA IMPULSAR EL DESARROLLO SUSTENTABLE

En esta parte del trabajo, a manera de conclusión, se presenta una propuesta operativa para impulsar el desarrollo sustentable en el medio rural, mediante una comunicación participativa, la cual fue sustentada en los capítulos uno y dos. Para ello se toma como ejemplo de aplicación Xico, Veracruz.

La propuesta contempla dos aspectos:

- a. El ejemplo, criterio de selección y localización geográfica y
- b. Los lineamientos de implementación de las acciones sustentables

El punto b comprende las cuestiones siguientes.

- Las estrategias de comunicación para promover el desarrollo local
- El diagnóstico y el potencial económico susceptible de explotar del lugar seleccionado
- El eje impulsor del desarrollo sustentable local

3.1. El ejemplo, criterio de selección y localización geográfica

Criterio de selección

Para ejemplificar la propuesta operativa, se optó por seleccionar a la cabecera municipal de Xico, Veracruz por las razones siguientes:

En el apartado 2. 1., se fundamenta que es prioritario el impulso del desarrollo sustentable del medio rural mexicano, en razón de que en éste es mayor el atraso económico y las necesidades sociales, con respecto a las grandes

concentraciones urbanas de nuestra nación. Xico es una localidad rural y por ello fue seleccionada.

En una ocasión, en carácter de turista, visité Xico y llamó mucho mi atención la riqueza cultural del lugar y su palpable potencial turístico contrastado con sus carencias, esto aunado a su cercanía con la capital del estado: Xalapa. Ante esta situación me planteé esta interrogante ¿Por qué no se aprovechan estas circunstancias para lograr mejores condiciones de vida para la población? Los atractivos naturales y culturales de la localidad me invitaron a volver varias veces, en las cuales pude conocer un poco más el lugar, pero sobre todo motivaron que se fuera consolidando la inquietud de investigar más a fondo a esta comunidad.

La oportunidad de darle respuesta a la interrogante que me hice la primera vez que visité Xico, me la proporcionó el cursar el doctorado motivo de esta tesis, que establecía como uno de sus requisitos elaborar un trabajo recepcional relacionado con las líneas de investigación establecidas, siendo una de ellas Comunicación y desarrollo sustentable. Estas fueron las dos razones que se tomaron en cuenta para seleccionar a Xico como ejemplo.

Localización geográfica

Xico se localiza en la zona centro del Estado de Veracruz, al sur de Xalapa, capital de la entidad, en las coordenadas 19° 25' latitud norte y 97° 01' longitud oeste a una altura de 1,320 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con el municipio de Coatepec, al sur con los municipios de Teocelo, Ayahualulco e Ixhuacán de los Reyes; al Oeste con el municipio de Perote.

3. 2. Los lineamientos de implementación de las acciones sustentables

En el apartado 2. 3. 1.1. Se señalan las características y deficiencias de los proyectos de desarrollo que se aplican en México y posteriormente se propone el establecimiento de mecanismos que permitan la participación de la comunidad en la toma de decisiones y la gestión comunitaria del mismo. Esto para asegurar en lo posible el cumplimiento de los propósitos de las acciones en pro de la sustentabilidad.

Los lineamientos que se proponen seguir en el mencionado apartado se resumen en nueve puntos, los que se retoman en éste espacio para formular su aplicación a través de tres módulos: las estrategias de comunicación para promover el desarrollo local, el diagnóstico y el potencial económico del lugar seleccionado y los ejes impulsores del desarrollo sustentable local.

3.2.1. Las estrategias de comunicación para promover el desarrollo local

El punto de partida de las estrategias de comunicación para promover la sustentabilidad en Xico deben ser los lineamientos antes señalados y los concernientes a la comunicación participativa, tal como se observa en el esquema siguiente.

Lineamientos de implementación

Organizativos y de comunicación participativa

Utilizar la comunicación y la información, para impulsar, al interior de las comunidades, el desarrollo sustentable. La puesta en práctica de esta medida debe tomar como base la cultura comunicacional de cada localidad.

Uso integral y combinado de sistemas de comunicación y medios tradicionales y modernos

Integrar comités promotores del desarrollo rural, formados por miembros de cada comunidad y subordinados a las decisiones de la mayoría de la misma. Esta acción debe respetar las formas de organización social existentes en cada lugar.

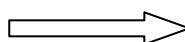
Contar con el apoyo de especialistas y técnicos, para que asesoren a los comités de desarrollo y a la comunidad, en la discusión de las medidas que se tengan que tomar.

Identificar, canalizar y concentrar los esfuerzos de las diversas instituciones y organizaciones no gubernamentales hacia el logro de objetivos de largo plazo, definidos por las propias comunidades en el proceso participativo.

Crear sistemas de conocimiento e información, para enterar a la población, sobre las nuevas tecnologías, avances científicos aplicados a la producción, prácticas comerciales avanzadas y modelos organizativos complejos, entre otros.

Aplicar la comunicación para capacitar a la población en el desempeño de las actividades productivas y para transmitir los oficios tradicionales a más miembros de la comunidad.

Módulo
de aplicación



Estrategias de comunicación

Finalidad:

Diseñar estrategias de comunicación participativa para impulsar el desarrollo sustentable local. Esto a partir del conocimiento de la cultura comunicacional de la población

De acuerdo al cuadro anterior, el diseño de estrategias comunicativas debe tener como base la cultura comunicacional de la población, en el caso de Xico las características de ésta son las que a continuación se explican.

3.2.1.1. La cultura comunicativa de Xico

Entendemos por cultura comunicacional, la forma en que la gente acostumbra a comunicarse, es decir, sus prácticas comunicacionales (mediaciones, medios e interacciones). El conocimiento de las necesidades y la cultura comunicativa, son clave para poder determinar los flujos de comunicación, los contenidos, la forma de participación y los medios a utilizar, para promocionar el desarrollo en cada lugar. Al respecto, en la comunidad de Xico, su raíz náhuatl y su fuerte tradición religiosa se reflejan en la forma en que los lugareños acostumbran a comunicarse. Para describir dicha forma la dividiremos en tres partes: el predominio de la mediación religiosa, los medios utilizados por la población y las interacciones de la comunidad.

El predominio de la mediación religiosa

En los diferentes flujos de comunicación que se dan en Xico, se observa una marcada mediación religiosa en los mensajes que se emiten e intercambian, la cual es explicable por dos cuestiones principales: el gran número de creyentes que hay en el lugar y por la diversidad de eventos religiosos que se realizan habitualmente en el mismo.

Población creyente

Según el Censo de Población y Vivienda de 2002, la cabecera municipal de Xico cuenta con 14,203 habitantes de los cuales, 96% son católicos asiduos practicantes de su religión, lo que se refleja, entre otras cosas, en la pertenencia de, cuando menos, un miembro de cada una de las familias Xiqueñas, a cualquiera de los 28 grupos religiosos que existen en el lugar:

+Escuela de la Cruz	+Asociación de la Virgen	+Mujeres ejercitantes
+Milicia de María	de la Soledad	+Magdalenas
+Mayordomos de	+Grupo de lectores	+Asociación del Corazón
imágenes	+Asociación de	de Jesús
+Grupo de catequistas	Franciscanos	+Asociación de la
+Neocatecúmenos	+Grupo de Apostoles	Virgen del Rosario
+Movimiento familiar	+Jornadistas de vida	+Hombres ejecutantes
cristiano	cristiana	+Asociación de
+Asociación del	+Seguidores de Cristo	Guadalupanos
Santísimo	+Mensajeros de la vida	+Adoración nocturna
Sacramento	+Pascua juvenil	+Movimiento de alianza
+Mayordomos	+Grupo de Liturgia	+Misión evangelizadora
+Grupo de liturgia	+Servidores del altar	

Los integrantes de cada uno de los grupos antes relacionados, se reúnen una vez por semana en las instalaciones de la parroquia, amén de participar en las múltiples actividades y ceremonias religiosas de la comunidad, las cuales son planeadas y programadas a lo largo del año, como a continuación se explica:

Eventos religiosos

Varios son los eventos eclesiales que tienen lugar de manera permanente y en diferentes épocas del año. Entre los primeros, se encuentran las actividades parroquiales, el recorrido dominical con el Santísimo Sacramento y la programación radiofónica religiosa. Entre los segundos, las fiestas y cultos religiosos.

Actividades parroquiales

Cuatro son las actividades cotidianas que organiza la parroquia para que participen sus feligreses, a saber:

1. La hora santa. Todos los jueves del año se realizan tres horas santas: la primera hora está dedicada a los niños (17:00 a 18:00 horas); la segunda a las mujeres (18:00 a 19:00 horas) y la tercera a los hombres (19:00 a 20:00 horas).
2. Catecismo. Se imparten clases del catecismo los días lunes., martes., miércoles y viernes de 16:00 a 17:00 horas.
3. Retiros espirituales. Cada mes se organizan retiros espirituales para niños y jóvenes.
4. Reunión de grupos religiosos. Los integrantes de los grupos religiosos relacionados anteriormente, se reúnen una vez por semana, para realizar actividades de adoctrinamiento y para acordar o efectuar tareas parroquiales.

A todas las diligencias antes señaladas acuden un número considerable de personas y participan activamente. Esta participación y la del resto de la población en los diferentes eventos, se aseguran mediante la aplicación de algunos dispositivos de comunicación como los siguientes:

Tablero de avisos

Calendario de reuniones del consejo parroquial

Rol de aseo dominical

Rol de reuniones de grupos religiosos

Programación de los recorridos dominicales con el Santísimo Sacramento

Programación de Radio Creyentes

Recorrido dominical con el Santísimo Sacramento

La cabecera municipal de Xico cuenta con veintidós capillas y calvarios, diseminados por los diferentes rumbos del pueblo. La tradición establece que el recorrido con el Santísimo Sacramento se efectúe los domingos de todo el año y parta de la parroquia hacia la capilla o calvario, al que previamente le fue asignada una fecha para la visita correspondiente. Las capillas y calvarios que existen en el lugar son:

Capillas y Calvarios	
Las tres ermitas de la misión	Virgen de Guadalupe
La rectoría de El Ilanito	Preciosa sangre
La ascensión del señor	Divina Providencia
Las tres cruces del pintor	San Felipe
Santa Teresita	San José
La Purísima concepción	Virgen del Carmen
Perpetuo Socorro	San Miguel
Divino Salvador	Cristo Rey
Santa Elena	Monseñor Rafael Guizar y Valencia
San Isidro	Las tres ermitas de la misión
Santa Cecilia	San Juan

Es importante mencionar que la población Xiqueña participa masivamente en estas procesiones que, domingo a domingo, recorren las calles del pueblo, lo cual no sucede en otros lugares, donde la población se dice católica.

Programación radiofónica religiosa

La dinámica religiosa que prevalece en Xico se ve reforzada a través de una programación radiofónica permanente. Dicha programación bajo el lema “La radio un espacio más para la propagación del evangelio, escúchenos”, la produce la Oficina de Comunicación Social del Arzobispado de Xalapa, Veracruz. Éste, compra tiempo en varias estaciones de radio locales para salir al aire, constituyendo de esta manera lo que pomposamente llaman “Radio Creyentes”. La Barra programática de “Radio Creyentes” (Noviembre 2003) es:

- Domingo día del señor

El Señor. Arzobispo Sergio Obeso Rivera y el padre Raúl Rodríguez con una celebración de la palabra en la maquina 977 FM. A las 8 A. M. y a las 20 horas

- Crecimiento en la fe

Diego González y Delia Rodríguez, domingos 11:30, XEYT Radio Teocelo 1490 AM

- Misa en la Divina Providencia

Todos los domingos con el padre Rafael González a las 12:00 horas por Super Sensación 95.5 FM

- Misa desde la Iglesia Catedral

Monseñor Obeso Rivera, todos los domingos 12:30 horas, Mundo 610

- Pa que te animes

El padre Vicente Conrado los días martes y el padre Javier Hoyos los días viernes de 11:00 a 12:00 horas, por Radio Centro 1210 AM

- Noticiero Contacto Regional

Comentarios del padre Teódulo Guzmán, todos los martes 7:40 AM, Radio 98.5 FM

- Cita con Dios

El padre Raúl Rodríguez y su equipo de evangelización, todos los miércoles 20:00 horas en la Romántica 550 AM y 1380 AM y los domingos a las 11:45 en Mundo 610

Fiestas y cultos religiosos

Casi todo el año tienen lugar fiestas y cultos religiosos de relevancia, las que son sumamente concurridas y se realizan tanto en la iglesia como en las calles del pueblo. Dichas fiestas y cultos son:

Levantamiento del Niño Dios (enero)

La Candelaria (febrero)

Miércoles de Ceniza (variable)

Semana Santa (variable)

San José (marzo)

San Antonio (junio)

Santa María Magdalena (julio-es la fiesta de mayor importancia-)

San Miguel Arcángel (septiembre)

Todos Santos (noviembre)

Acostamiento del Niño Dios (diciembre)

La cantidad de creyentes activos Y la influencia de la iglesia, sobre éstos, a través de lo profuso de los eventos religiosos, determinan una marcada mediación religiosa en los mensajes que se difunden entre la población. Por tal motivo, las estrategias comunicativas para promover el desarrollo en Xico, tienen que partir de esta consideración.

Los medios utilizados por la población

En Xico se registra una utilización mixta de los medios, con un predominio del uso de los populares, determinado por la fuerte tradición de los lugareños por transmitir oralmente los mensajes, dado que le conceden a esta forma una gran fiabilidad y gustan de la comunicación cara a cara.

Los medios alternativos que los xiqueños emplean más a menudo son:

Mamparas en las esquinas de la calle principal

Carros de sonido

Volantes

Mantas

Carteles y

Anuncios en paredes

Las interacciones de la comunidad

Las interacciones que tienen lugar entre los xiqueños y el contexto espacial en que se dan son:

La iglesia lugar de comunicación e interacción. La iglesia de Xico no sólo es un sitio de culto, es también un lugar público de comunicación, en la medida en que; por un lado, durante los sermones religiosos o al finalizar la misa el sacerdote transmite información de diversa índole o da a conocer avisos a los feligreses; por otro, en los intermedios y durante las actividades o eventos religiosos que realiza la parroquia, la gente interactúa comunicándose sus inquietudes y el tema del día. Además, las instalaciones de la iglesia substituyen a otros sitios de encuentro como los cafés. La gente de este lugar no acostumbra ir a restaurantes, ni a las cafeterías (los que existen sólo son visitados por turistas).

El parque. En diferentes lugares del parque se reúnen grupos de jóvenes, principalmente en las noches y en menor cantidad durante el transcurso del día. Los domingos durante el día y la noche acuden personas de todas las edades.

Las esquinas. En las dos esquinas de la calle principal que quedan frente a la parroquia se reúnen los señores en el transcurso del día. En las horas de la tarde, cuando está por caer la noche, hay una mayor concurrencia.

El Centro de Salud y las instalaciones municipales. En estos lugares se imparten pláticas y talleres para orientar y capacitar en cuestiones diversas a las amas de casa, éstas aprovechan la ocasión para platicar entre ellas acerca de sus labores cotidianas y sobre temas de su comunidad, convirtiendo de esta manera estos lugares en un sitio público de comunicación. Estas reuniones son semanales.

Juntas de vecinos o de barrio. Para tratar algún asunto de la comunidad se recurre a las reuniones vecinales o de barrio, donde se discute el problema y se toman los acuerdos correspondientes. Las reuniones más frecuentes son las que tienen que ver con la organización de alguno de los diferentes festejos religiosos del pueblo, ya que por tradición, a cada barrio, le toca desempeñar una comisión o una actividad o dar una aportación para la realización del mismo.

Grupos culturales o de trabajo de jóvenes. En Xico existen diferentes grupos culturales, cuyos integrantes son jóvenes que están estudiando carreras universitarias, o ya son profesionistas, o simplemente tienen inquietudes emprendedoras. El común denominador de ellos es su interés por hacer algo por el desarrollo de su comunidad. Estos jóvenes se reúnen periódicamente para discutir problemas y acordar acciones. Algunos de estos grupos se encuentran impulsando proyectos de Ecoturismo.

Localidades como Xico existen miles a lo largo y ancho del territorio nacional que, sin lugar a dudas, tienen su propia cultura comunicacional con similitudes en el uso de medios alternativos y las mediaciones religiosas. Sin embargo, es necesario conocer a fondo dicha cultura, pues es la base para diseñar

cualquier estrategia comunicativa que tenga como meta la promoción del desarrollo rural.

Con lo antes expuesto, se fundamenta que la aplicación de la comunicación para el desarrollo no debe ser mecánica, tiene que tomar en cuenta la cultura comunicacional de las comunidades.

3.2.1.2 Estrategias de comunicación y sistemas de conocimiento para promocionar y apoyar el desarrollo sustentable en Xico

Estrategias de comunicación

Una vez conocida la cultura comunicacional de la población, el siguiente paso, de acuerdo al enfoque participativo, es el diseño de mensajes y la utilización integral y combinada de sistemas de comunicación y medios tradicionales y modernos. Aunado a lo anterior, las acciones sustentables para mejorar el nivel de vida de la población requieren de interacción, discusión y diálogo a nivel colectivo. Todos estos elementos deben ser tomados en cuenta para delinear las estrategias comunicativas para promocionar la aplicación del modelo de desarrollo sustentable. En consecuencia con ello, para el caso de Xico las tácticas posibles serían:

- Respetar el estatus que tiene la religión e involucrar a los ministros de la iglesia en la promoción de la sustentabilidad, evitando que éstos tengan el control del proceso. Además los mensajes tienen que ser respetuosos de las creencias de la gente.

- Sistematizar la solicitud, recepción y procesamiento de información sobre planes, programas y proyectos de desarrollo gubernamentales, para darla a conocer a la población.
- Vincular a las instituciones generadoras de conocimiento (universidades y centros de investigación), a los organismos de desarrollo y a las Organizaciones No Gubernamentales –ONG- (ambientalistas) con la comunidad de Xico, para apoyar su desarrollo. Esto mediante el establecimiento de redes de información que utilicen los medios tradicionales en combinación con las nuevas TICS.
- La información debe ser utilizada como una técnica participativa de manera que se asegure que todos los interesados tengan un conocimiento adecuado y puedan integrarse en igualdad de condiciones con los que toman las decisiones.
- Proporcionar a la población, mediante sistemas y productos comunicacionales combinados (populares y TICS) elementos de juicio, para que participe activamente en la selección de los proyectos de desarrollo que más convengan a su comunidad.
- Diseñar materiales comunicacionales didácticos y talleres, para involucrar a la comunidad en la elaboración de proyectos sustentables, cuidando siempre contar con el apoyo de especialistas en la materia de que se trate.
- Utilizar la comunicación para generar procesos de aprendizaje y transferencia de conocimientos y habilidades, para capacitar a la población en las actividades que demanden los proyectos a ejecutar

- Organizar grupos comunitarios de gestión que tramiten, ante las diferentes instancias de gobierno y ONGs, recursos para apoyar el desarrollo sustentable en su localidad.
- Constituir un comité mixto (comunidad, técnicos y representantes institucionales -cuando alguna institución esté brindando apoyo-) que monitoree, audite, evalúe y reporte a la comunidad acerca de las diversas fases del proyecto en ejecución.
- Aprovechar los lugares de comunicación (iglesia, parque y esquinas) para, mediante productos comunicacionales acordes a los sitios, difundir ideas favorables a la sustentabilidad y para formar grupos promotores de proyectos productivos.
- Las juntas de vecinos o de barrio, los grupos culturales y/o de trabajo de jóvenes y las asociaciones comerciales y/o sociales, deben ser considerados núcleos promotores y ejecutores de acciones sustentables.
- Utilizar a Radio Teocelo como uno de los principales medios para difundir el desarrollo sustentable no sólo en Xico, sino también en todas las comunidades donde llega su señal.
- El ecoturismo, las artesanías y la elaboración de: mole, vinos de frutas y pan, deben considerarse la base económica para promocionar y organizar el desarrollo sustentable.
- La comercialización de los productos y/o servicios que originen los proyectos a ejecutar, tienen que apoyarse con acciones comunicativas específicas que los introduzcan y mantengan en los

mercados. El éxito de dichos proyectos depende en gran parte de esto.

Éstas son algunas de las estrategias comunicacionales que permitirían la utilización integral y combinada de sistemas de comunicación y medios tradicionales y modernos, así como la interacción, discusión y diálogo a nivel colectivo de los involucrados en el proceso de desarrollo sustentable. Una parte complementaria importante de dichas estrategias, son los sistemas de conocimiento, estos también tienen que ser delineados con una orientación participativa.

Sistemas de conocimiento

En el capítulo 2, apartado 2. 3. 2, denominado: La comunicación participativa, paradigma que garantiza la interacción comunitaria que demanda el proceso del desarrollo sustentable, se señala en lo referente a la fundamentación de los sistemas de conocimiento, que se distinguen tres condiciones secuenciales en la relación conocimiento- desarrollo, a saber:

1. El insumo conocimiento es primordial en el proceso del desarrollo sustentable.
2. La sabiduría tradicional debe integrarse al conocimiento científico moderno, estableciendo una "...diferenciación entre los mitos explicativos de los fenómenos percibidos y su explicación racional y predictiva..." (www.rlc.fao.org/prior/desrural, 2007).

3. El conocimiento tiene que ser accesible y comprensible para el sujeto de desarrollo.

Aplicando estas tres condiciones secuenciales al ejemplo de Xico, los sistemas de conocimiento a perfilar serían:

Centros de Conocimiento Comunitario. Estos centros se pueden establecer utilizando de manera integral y combinada los sistemas de comunicación y medios tradicionales y modernos, con la finalidad de proporcionar a la población datos sobre diversos temas, tales como: salud (medidas preventivas); apoyos gubernamentales (créditos, subsidios y programas); asesoría agrícola (prácticas agrícolas y cultivos, insumos, rendimientos, precios de los productos en diferentes mercados y tecnología agraria, entre otros) e información meteorológica, por mencionar algunos casos.

Base de datos. Utilizando de manera integral y combinada los sistemas de comunicación y medios tradicionales y modernos, constituir bases de datos con información sobre:

- Temas de desarrollo sostenible
- Las experiencias y conocimientos productivos locales
- Los recursos con que cuenta la comunidad, para que sean la base para formular proyectos sustentables
- Perfiles de proyectos de inversión que son factibles de realizar y beneficiar a la población de Xico

Dispositivos de comunicación. Tablero de avisos, carteles y cuadernillos, entre otros, para operarlos a través de la iglesia y otros sitios de comunicación. Éstos

contendrían información sobre cuestiones y acciones sustentables en la localidad.

Programas radiofónicos. Producir programas para Radio Teocelo. Estos estarán enfocados a:

- La formación de una conciencia ecológica entre la población
- La orientación sobre las formas de cuidar el medio ambiente
- La motivación de la población, para que participe en las acciones de sustentabilidad que se lleven a cabo en la localidad
- La enseñanza de destrezas productivas y organizativas necesarias, para apoyar la implementación de la sustentabilidad
- La interacción de los radioescuchas con el núcleo promotor del desarrollo

Red de información para la comercialización. Para apoyar la promoción y comercialización de los productos y/o servicios que generen los proyectos sustentables que se apliquen

Estos son algunos de los sistemas de conocimiento que sería necesario implementar para complementar las estrategias comunicacionales.

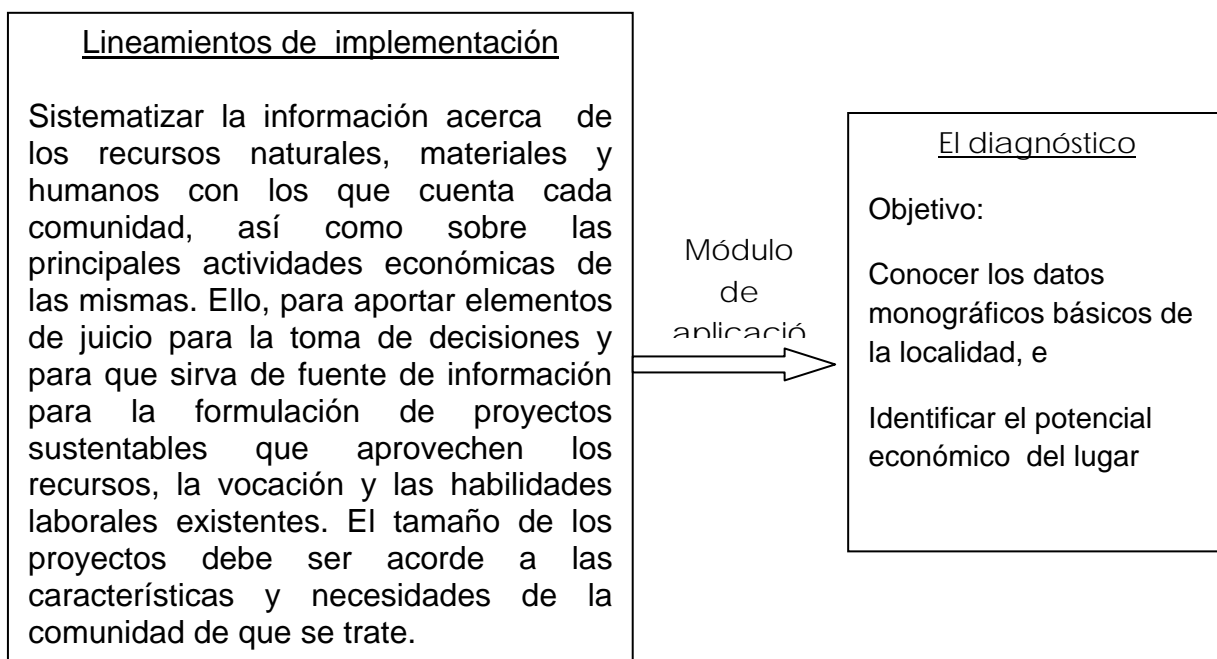
3.2.2 El diagnóstico y el potencial económico susceptible de explotar del lugar seleccionado

En el apartado 2.3.1.1, denominado: Los proyectos productivos, acción concreta para impulsar el desarrollo, se señalan ciertas características

negativas de los proyectos que se aplican en México, siendo algunas de ellas las siguientes:

- a) Los proyectos que se llegan a implementar en alguna comunidad, son impuestos cupular y externamente, la población no participa en la toma de decisiones, resultando por tanto ajenos a su realidad.
- b) Por lo regular, las diferentes instancias de gobierno, impulsan proyectos productivos de gran envergadura. Estos macro proyectos son técnica y rentablemente inviables para la inmensa mayoría de las pequeñas comunidades y los micros productores de nuestro país. Sin embargo, terminan realizándose para beneficio de ciertos grupos de poder económico y político.
- c) En muchos casos, los proyectos para el desarrollo comunitario, son elaborados de manera irresponsable, en la medida en que no se investiga, ni se realiza estudio o diagnóstico alguno para sustentarlos y cuando se parte de alguna información, ésta es obsoleta e incompleta, además, quienes los formulan, con sus excepciones, no tienen la suficiente experiencia y la especialización correspondiente.

La situación descrita en los tres puntos anteriores, lleva al fracaso a la mayoría de los proyectos de desarrollo que se implementan en nuestro país, razón por la cual resulta indispensable aplicar, de manera rigurosa, lineamientos que permitan superar estas anomalías. Uno de los principales lineamientos a seguir es el que se observa en el cuadro siguiente.



En el caso de Xico, para determinar cuales serían los proyectos más viables para lograr su desarrollo, se abordan dos aspectos que se consideran primordiales para promover la sustentabilidad de cualquier comunidad de la zona rural: los datos monográficos básicos y el potencial económico con que cuenta y que puede ser susceptible de explotarse mediante la participación de su población.

EL DIAGNÓSTICO

Datos monográficos básicos

Nomenclatura

Denominación: Xico

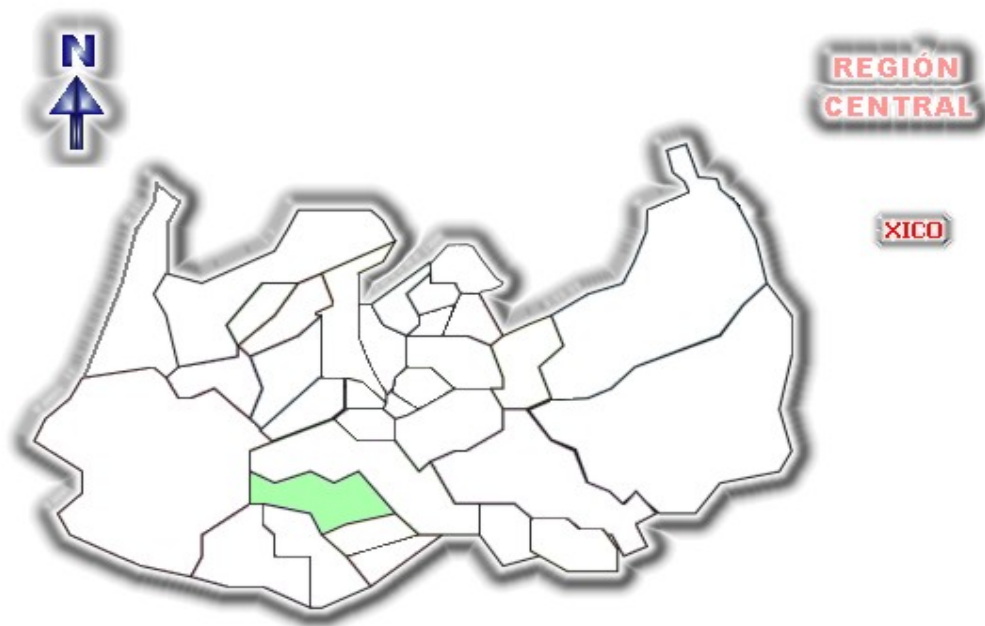
Toponimia: “Del Náhuatl, Xiko-chimal-ko, En donde hay panales de cera amarilla, o en el escudo de los xicotes” (www.inafed.gob.mx/wb2/municipios/, 2005).

Localización

El Municipio de Xico está formado por 58 localidades agrupadas en 3 congregaciones y diez ejidos. Se localiza en la zona centro del Estado de Veracruz, en las coordenadas 19° 25' latitud norte y 97° 01' longitud oeste a una altura de 1,320 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con el municipio de Coatepec, al sur con los municipios de Teocelo, Ayahualulco e Ixhuacan de los Reyes; al Oeste con el municipio de Perote.

Otros puntos de referencia son: se localiza al Sur de Xalapa, capital del Estado de Veracruz, al Sureste del Cofre de Perote, al Noreste del Pico de Orizaba, al Norte de Córdoba y al Suroeste de la ciudad de Veracruz. Se llega a Xico por la carretera Xalapa- Coatepec efectuando un recorrido de 27.4 kilómetros a partir de la ciudad de Xalapa.

*Mapa de la región central del Estado de Veracruz y de localización de
Xico*



Fuente: www.inafed.gob.mx/wb2/municipios/2005

Extensión territorial

Tiene una superficie de 176.85 Km². cifra que equivale al 0.24% del total del Estado.

Población

Número de habitantes

La población total del municipio de Xico es de 32,200 habitantes de los cuales habitan en la cabecera municipal el 50% de las personas (fuente: II Censo de Población y Vivienda 2005, INEGI).

Dinámica Demográfica

En 1995 la población total del municipio de Xico era de 27,158 habitantes, en el año 2000 era de 28,762 habitantes y se estima que para el año 2010 el total de habitantes alcance la cifra de 37,038 personas (fuente: www.inafed.gob.mx/wb2/municipios, 2005)

Religión

El 96% de los habitantes profesan el catolicismo, 2.7 no practican ninguna religión, 1.2 son protestantes y el 0.1 son devotos de otras religiones (fuente: II Censo de Población y Vivienda 2005, INEGI)

Población indígena

El II Censo de Población y Vivienda 2005, INEGI señala que solo 63 habitantes del municipio son indígenas. De acuerdo a criterios antropológicos se considera indígena a una persona que mantiene en alto grado su identidad étnica. Dicha identidad está representada, principalmente, por la lengua materna, la forma de vestir y las costumbres y tradiciones del grupo étnico de que se trate.

Medio físico

Orografía

El territorio del municipio de Xico se ubica en las estribaciones Orientales del Volcán Cofre de Perote, está conformado por dos grandes áreas geomorfológicas: faldas altas y bajas del volcán. Las faldas bajas se ubican entre los 700 y 1,500 msnm, con pendientes ligeras (3%), dadas estas características es una zona de transición constituida por mesetas planas y onduladas, divididas por barrancas profundas. En la parte más alta se localizan algunos conos volcánicos y el cerro de San Marcos, el lugar de mayor elevación. Los sitios más bajos están conformados por pequeñas terrazas, siendo en éstas donde se encuentran las tierras de mayor capacidad agrícola.

Hidrografía

Los ríos más importantes del municipio son: el Pextlan y el Huitzilapan, el primero da origen a las cascadas La Monja y Texolo, las cuales tienen una caída de ocho y 20 metros, respectivamente. El cauce de ambos ríos oscila entre los tres y los cuatro metros de ancho. Otros ríos de relevancia son: el Pixquiac y el Xoloapan, los que en su recorrido forman varias cascadas, estos cuatro ríos desembocan en el río la Antigua. Asimismo, Xico cuenta con una serie de arroyos y lagunas.

Dado el caudal de los ríos Pextlan y Huitzilapan en su recorrido han formado grandes cañadas, cuyas paredes llegan a tener hasta 200 metros de altura, las que aparte de ser un atractivo natural funcionan como zonas de refugio de diversas especies de fauna, especialmente de aves. El entorno de la cascada

de Texolo contiene ecosistemas de bosque mesófilo de montaña con una gran biodiversidad. Esto favorece la captación de agua y la absorción de bióxido de carbono.

Clima

El clima durante la mayor época del año es templado-húmedo con una temperatura promedio de 19°C, siendo los meses de más calor mayo y agosto (hasta 23°) y los de mayor frío enero y febrero (hasta 3°); su precipitación pluvial media anual es de 1,750 mm.

Flora

La flora que predomina en todo el territorio municipal es de tipo boscoso caducifolio. Entre las especies nativas más representativas se encuentran: el *Carpinus caroliniana*, la *Clethra mexicana*, el *Liquidámbar styraciflua*, la *Alchornea latifolia*, el *Quercus xalapensis*, el *Quercus germana*, el *Quercus acutifolia* y el *Platanus mexicana*, entre otras, además, las diversas plantaciones de café que se localizan en diferentes puntos del municipio enriquecen la diversidad vegetal del lugar.

Fauna

Persisten en territorio xiqueño diversas especies de fauna silvestre, principalmente aves migratorias y residentes propias de bosque de niebla y selva mediana subperennifolia, entre ellas destacan: el loro corona blanca, el Mirlo-acuático americano, el clarín jilguero, la oropéndola de Moctezuma, y la aguililla de alas anchas, entre otras. Todas estas especies están sujetas a

protección especial; otros especímenes silvestres que existen en el lugar son: las ardillas, mapaches, zorros, mandriles y conejos. Esta fauna natural se ha mantenido gracias a las cañadas por donde corren los ríos Pextlan y Huitzilapan, las cuales funcionan como zonas de refugio.

Sin embargo, estos ecosistemas enfrentan problemas de degradación debido a la extracción excesiva de flora y fauna con fines comerciales, la tala inmoderada, la contaminación por agroquímicos, la expansión de áreas agrícolas y ganaderas y el cambio de uso de suelo con fines habitacionales, entre otros.

Suelo

Su suelo es de tipo gley, latérico, chernozem y complejo, se caracteriza por tener una capa delgada de humus ácido, con tonalidad color negro o gris pardo y susceptible a la erosión.

Infraestructura social y de comunicaciones

Vías de comunicación

La principal vía de comunicación de Xico la constituye la carretera pavimentada que une la cabecera municipal con la ciudad de Xalapa, cuya longitud es de 27.4 kilómetros. Emilio F. Betancourt (San Marcos de León) y Úrsulo Galván, los asentamientos humanos más importantes del municipio, están comunicados entre sí y con la cabecera mediante esta misma carretera; el acceso a 8 comunidades es mediante camino revestido; y se accede al 78% restante de las localidades (46) a través de brechas de terracería y

caminos de herradura.

Medios de transporte público

La cabecera municipal de Xico se encuentra comunicada de manera directa a través de un servicio público de pasajeros que corre de dicha cabecera a la Ciudad Xalapa y viceversa, las corridas de autobuses, en ambos sentidos, son cada diez minutos- de cuatro de la mañana a 21:00 horas- y en su trayecto pasan por las poblaciones de San Marcos y Coatepec. Asimismo, mediante transbordo se puede llegar a otros municipios de la región. Sin embargo, el transporte público al interior de la ciudad se reduce a un número muy reducido de taxis y prácticamente no hay servicio para 46 localidades diseminadas dentro de los límites municipales.

Urbanización

La cabecera municipal y las dos localidades principales (San Marcos y Úrsulo Galván) cuentan con sistema de agua potable, sistema de drenaje, red de energía eléctrica, red de alumbrado público y calles urbanizadas. Estos servicios básicos llegan al 90% de la población de los lugares mencionados.

Servicios de Salud

Cuenta con 3 centros de Salud; uno urbano en la cabecera municipal; y dos rurales (San Marcos y Xico Viejo).

Servicios Educativos

Los servicios educativos con que cuenta el municipio de Xico se observan en el siguiente cuadro:

INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA POR NIVEL				
PRESCOLAR	PRIMARIA	SECUNDARIA	BACHILLERATO	TELEBACHILLERATO
30 planteles: 6 en la cabecera municipal, 3 en San Marcos y el resto en diferentes comunidades	41 escuelas: 11 en la sede municipal, 5 en San Marcos, 2 en Úrsulo Galván y el resto se distribuye (una por lugar) en las demás localidades	10 centros educativos: 2 en Xico y uno en 8 de las comunidades con mayor número de habitantes	Un plantel en la ciudad de Xico	Dos escuelas: una en San Marcos y otra en Úrsulo Galván

Fuente: cuadro elaborado con información de la página www.edu.iportal.com.mx: 2005

De acuerdo al II Censo de Población y Vivienda 2005, INEGI, el analfabetismo en el municipio se ubicó en 20.9% del total de la población mayor de 15 años.

Infraestructura de telecomunicaciones

La infraestructura de telecomunicaciones instalada en la región permite la recepción, en casi la totalidad de las localidades, de todas las señales de AM y FM, así como de los diferentes canales de televisión abierta, la tv por cable se restringe a la Ciudad de Xico. La cabecera municipal y las cuatro localidades

más importantes cuentan con servicio telefónico por marcación automática e Internet; y varios de los lugares más alejados tienen acceso a la telefonía rural; además la sede municipal cuenta con tres oficinas postales y una de telégrafos.

Actividades económicas

Las principales actividades económicas están constituidas por la agricultura, la silvicultura, la ganadería, la piscicultura, la industria alimenticia, la elaboración de productos artesanales, los servicios turísticos y el comercio, entre otros.

Agricultura

El área cultivable de Xico es de 17,685 hectáreas, de las cuales únicamente se utilizan para labores agrícolas 5,808 hectáreas. De éstas se destinan a la siembra de maíz 250, al frijol 5, a la papa 10, a la caña de azúcar 101, a la naranja 40 y al café 1,039. La mayor parte de la producción es de consumo familiar y local, a excepción de la caña, la naranja y el café, con la salvedad de que la producción de la naranja se derrumbó y la actividad cafetalera se encuentra en crisis desde hace varios años, por la caída de los precios internacionales del aromático y por las plagas (broca del café), lo que repercute en una recesión de esta actividad a la que no se le ve salida en el mediano plazo.

Silvicultura

Las características orográficas de Xico, explicadas en el punto correspondiente, determinan una predominante vocación forestal de estas tierras. Sin embargo, al no haberse practicado una explotación sustentable de los bosques nunca se

llegó a consolidar como una actividad económica importante del lugar, además de que los recursos maderables estuvieron, por décadas, sujetos a una tala inmoderada que disminuyó considerablemente la zona boscosa. Asimismo, el avance de la frontera agropecuaria y de la mancha urbana contribuyó a este deterioro. Actualmente son pocas las unidades de producción rural con actividad forestal.

Ganadería

En el Municipio de Xico 6,836 hectáreas están dedicadas a la ganadería. La producción pecuaria es poco significativa y se reduce a la cría de ganado bovino de doble propósito, cerdos y aves de corral, principalmente. Los bovinos se destinan al consumo local; los porcinos, una parte es para el abasto del lugar y otra de autoconsumo; en el caso de las aves la mayor parte son para el abasto familiar.

Piscicultura

Con el fin de aprovechar los abundantes recursos acuíferos que existen en algunos puntos del municipio, desde hace algunos años el gobierno del Estado, viene impulsando la cría de trucha arco iris (*Oncorhynchus mykiss*), mediante la organización de unidades de productores. Los esfuerzos no han sido suficientes, por tal motivo es una actividad marginal que no ha desarrollado todo su potencial. Actualmente la producción piscícola está destinada, en mayor medida, a satisfacer la demanda de los restaurantes de la localidad.

Industria

La actividad industrial más desarrollada de Xico, a nivel micro y pequeño, es la alimenticia, representada por el beneficio de café, la producción de pasta de mole, la destilación de vino de frutas y la elaboración de pan.

Beneficio de café

Xico se localiza a una altura de 1,320 metros sobre el nivel del mar, pero existen dentro del territorio municipal, algunas zonas con altitudes de 1200 metros, la cual es la altura ideal para cultivar café, este es el motivo por el que en éste lugar se produce el aromático, lo que a su vez da origen a los beneficios de café, primera etapa de industrialización del mismo.

En forma resumida el proceso del beneficio del café comprende las actividades siguientes:

1. Una vez efectuado el corte del café, se procede a seleccionar los mejores granos.
2. Se separa el grano de la cáscara y la pulpa que lo envuelven, mediante maquinaria diseñada especialmente para ello (beneficiado húmedo). El resultado de esta actividad es el café pergamino, llamado así porque el grano todavía esta envuelto en un mucílago que no es soluble en agua.
3. El café pergamino se fermenta durante 24 horas en tanques de agua, para liberarlo del mucílago. Aquí se requiere de agua abundante.
4. Después de la fermentación viene el secado del grano, el cual se puede efectuar de dos formas; una, tender el café al sol sobre patios

de cemento durante cinco días; otra, utilizar secadoras que funcionan con diesel o gas.

5. Cuando el grano ya no tiene humedad, por medio de máquinas trilladoras, se separa el café del mucílago seco (beneficiado seco), obteniendo como resultado el café oro o verde. Asimismo, en esta etapa se selecciona por color, imperfecciones y tamaño, quedando convertido en materia prima para la fabricación de café soluble o esencias para la industria refresquera, entre otras.

La vocación cafetalera de las tierras de Xico y el agua abundante de sus ríos y arroyos, recurso que se requiere en grandes cantidades para el beneficiado húmedo, fueron determinantes en el auge que tuvo, en su momento, la actividad cafetalera que llegó a ser la base de la economía local. Sin embargo, la crisis mundial del sector y las plagas le pegaron fuertemente, motivando que en la actualidad opere a baja escala, dejando por tanto de ser un factor importante para el desarrollo de la región.

Producción de pasta de mole

Las costumbres y tradiciones del lugar, impulsaron desde hace décadas que algunos miembros de la comunidad desarrollaran habilidades culinarias, como es la cuestión de la elaboración de pasta del llamado mole xiqueño, el que es similar al poblano y sólo se distingue de éste por ser un poco más dulce. Esta habilidad hubo quien la canalizara empresarialmente, como es el caso de la señora Carolina Suárez, quien narra en la entrevista, que hace 30 años agobiada por la escasez de recursos se vio obligada a hacer mole para vender, para el efecto le pidió a un vecino que tenía una carnicería que si le podía

vender su producto en su local y así fue, durante los primeros meses se vendieron un promedio de cinco kilos por semana y a medida que el mole fue teniendo mayor aceptación se incrementaron las ventas. El paso definitivo para pasar de la producción artesanal a la industrial lo dio su hijo, Víctor Manuel Galván Suárez, quien recién egresado de la carrera de administración de empresas en la Universidad Veracruzana, decide tomar las riendas del negocio familiar y empieza a realizar innovaciones, siendo la primera de ellas envasarlo y comercializarlo bajo la marca Mole Xiqueño, posteriormente incursiona en los mercados de las ciudades cercanas, gestiona créditos y asiste a ferias y exposiciones. Esta estrategia, a mediano plazo, le da resultado y éste se manifiesta en el incremento constante de las ventas. Después de varios años de esfuerzo, hoy es una empresa que produce 40 toneladas de mole al mes, factura dos millones de dólares al año, da empleo a 50 personas, comercializa su producto a nivel nacional y lo exporta a algunos países europeos.

A raíz del éxito de la señora Carolina Suárez otras personas incursionaron en esta actividad, sin llegar todavía al nivel de ella. Sin embargo, han llegado a constituir una incipiente industria no solo del mole, sino también de pasta de diferentes chiles y salsas, productos que en la mayoría de los casos se elaboran de manera artesanal, a excepción del Mole Xiqueño. Esta manufactura netamente local, posee un potencial que no ha sido aprovechado debidamente.

Destilación de vino de frutas

La destilación de vino de frutas es ancestral en Xico y se remonta a la colonia, las crónicas correspondientes narran que la primera persona que empezó a

destilar vino de frutas, de manera rudimentaria, fue la señora Carmen Virués, quien en la Hacienda Santa Rosa de su propiedad, lo elaboraba para su familia y sus invitados, al paso de los años hizo redituable esta actividad, iniciando en 1850 la venta de este producto con el nombre de “Licores Santa Rosa”, marca que en la actualidad se sigue comercializando de manera local.

Se infiere que las personas que servían en la hacienda y ayudaban a Doña Carmen en la destilación de los vinos, fueron aprendiendo el oficio de manera empírica y posteriormente, en sus casas, empezaron a hacer lo propio y a transmitir de generación en generación tal habilidad. Esta es la explicación del por qué a lo largo de las principales calles de la ciudad encontramos a cada paso casas y locales donde venden los famosos vinos de Xico, siendo el principal de ellos el conocido con el nombre de Mora y el Verde.

A pesar de la experiencia acumulada por generaciones en la destilación de vinos de frutas y de la aceptación que tienen éstos entre los visitantes, es una actividad económica que no ha descollado lo suficiente, la producción sigue siendo muy rudimentaria, con sus contadas excepciones, “la planta industrial” se reduce a un rincón de la casa de las familias productoras. Sin embargo, la venta de este bien significa una fuente de ingresos para muchas personas. Al igual que el mole es una actividad no aprovechada a toda su capacidad.

Elaboración de pan

Durante la conquista y la colonia Xico fue un paso obligado en el recorrido, entre el Puerto de Veracruz y la gran Tenochtitlán hoy Ciudad de México, los anales de la historia local describen que por aquí pasó Hernán Cortés rumbo a

la ocupación del imperio Azteca, la que una vez lograda dio lugar a la colonización y ésta, entre otras cosas, al mestizaje racial y de costumbres, precisamente la elaboración de pan es una consecuencia de ello, pues la panificación es de origen español y dada la dominación de 300 años terminó siendo una más de las tradiciones adoptadas. Dicha tradición, desde épocas muy remotas, fue adoptada como el oficio de diversas familias xiqueñas, las que de generación en generación lo han mantenido hasta nuestros días con un toque distintivo propio que es sinónimo de calidad reconocida en distintas regiones del Estado de Veracruz.

La panificación, a pesar de ser una labor con los antecedentes antes referidos, como actividad económica local no ha desarrollado todo su potencial, en la medida en que la producción se reduce, en la mayoría de los casos, a unas cuantas micro panificadoras con instalaciones y tecnología rudimentaria, las que abastecen el mercado local y el de algunas poblaciones cercanas. Un aspecto importante de la situación es que existe una comercialización “hormiga” del producto, representada por vendedores ambulantes de diversas zonas veracruzanas que vienen a surtirse a Xico para vender en las calles de sus lugares de origen el pan y las galletas xiqueñas que tienen fama de sabrosos, teniendo por ello buena demanda.

La empresa más desarrollada de este sector es la panadería “Danubio Azul”, fundada en 1920, la cual cuenta con instalaciones, tecnología y administración más apropiada que se refleja en una capacidad productiva de 3, 200 piezas de pan por hora; en la presentación (envase con etiqueta) de uno de sus principales productos: las galletas; y en el establecimiento de un expendio de

sus productos en la ciudad de Xalapa, Ver. Sin embargo, no ha crecido más porque sigue sometida al esquema de empresa familiar y carece de un sistema de comercialización que le permita llegar a los grandes mercados regionales y nacionales.

El pan de Xico tiene buena reputación entre amplios sectores de consumidores de la capital del Estado, de Coatepec y del Puerto de Veracruz, entre otras ciudades importantes de la entidad veracruzana, pero dado que su producción es limitada, aunado a que carece de suficientes y eficientes canales de distribución, así como no cuenta con apoyos gubernamentales, es un gigante dormido en espera de que alguien aproveche este potencial.

Producción y comercialización de artesanías

La producción y comercialización de artesanías es una actividad que; en unos casos, constituye la principal fuente de ingresos para un buen número de familias xiqueñas; y en otros, es una fuente complementaria para el gasto familiar. La cantidad de personas de este lugar que se dedican a este oficio es significativa, razón por la que se considera una de las actividades económicas importantes del mismo.

La artesanía local, comprende objetos decorativos y de uso personal, elaborados a base de madera de café y bambú; máscaras tradicionales talladas en madera; rosarios y joyería de grano de café natural tostado; figuritas de hoja de totomoxtle; y fruteros y cuadros tallados en maderas preciosas de una gran finura artesanal.

Servicios turísticos

Por sus atractivos naturales; sus costumbres y tradiciones; sus festividades religiosas; sus comidas y bebidas típicas; su arquitectura vernácula y sus artesanías, Xico es un lugar visitado, estacionalmente y los fines de semana, por turistas nacionales e internacionales. Los periodos vacacionales en los cuales se registra la mayor afluencia de visitantes son: la Semana Santa, las vacaciones de verano y durante los tres días (22 de julio día más importante) que duran los festejos en honor a Santa María Magdalena, acto religioso de mayor relevancia por ser esta beata la patrona del lugar.

Fuera de estos periodos la visita de turistas se mantiene a baja escala con un promedio de 200 turistas por cada uno de los días de los fines de semana. Las estadísticas existentes estiman la visita de al menos 70,000 turistas por año. (www.esvirtual.com/xico, 2005).

La actividad turística se ha incrementado durante los últimos quince años, llegando a constituirse en una de las más importantes fuentes de ingreso del municipio, gracias a iniciativas ciudadanas aisladas que ahora han formado la Asociación de Prestadores de Servicios Turísticos de Xico. Un indicador de tal importancia y del dinamismo de este sector es el crecimiento de la Infraestructura turística con la que cuenta Xico actualmente. Ésta viene desarrollándose de manera espontánea, por iniciativa de pequeños inversionistas locales y de otros que visitaron el lugar como turistas y regresaron para instalarse como micro empresarios del turismo. En años recientes los servicios de hospedaje y alimentos registran incrementos; en el

primer caso, cuando se inicia esta investigación en 2003, sólo había tres pequeños hoteles: Real de Xico, Paraje Coyopolan y Cabañas del Puente. Cuatro años después se han agregado cuatro nuevos lugares de hospedaje: Hotel de Campo Agua Bendita, Cabañas La Chicharra, Posada Dos Vistas y El Cortijo de los Morales; en el segundo caso, inicialmente existían cuatro restaurantes de mediana escala enfocados al turismo: El Mesón Xiqueño, el Restaurante Acamalin, el Mirador de Texolo y el Manantial, estos dos últimos ubicados cerca de la cascada de Texolo, a la fecha se han creado varios más: El Campanario, La Molienda, Cafetería Texolo, Casco de San Bartolo, Parador Real, Tía Nena, El rincón del Xicote y el Texar. Asimismo, han aparecido otros servicios complementarios de la industria sin chimeneas y seguramente se crearán más, en la medida en que es una actividad con un crecimiento espontáneo pero sostenido.

3.2.3.- El potencial económico susceptible de explotar con la participación Ciudadana

Con la información arrojada por el diagnóstico, se puede observar la frontera de posibilidades de producción existente en una comunidad y la viabilidad de desplazar dicha frontera hacia mejores rendimientos. Partiendo de esta base, en Xico se presenta la siguiente situación.

La agricultura, la ganadería, la silvicultura y la cafecultura, entre otros, son sin lugar a dudas potenciales económicos de Xico que se pueden explotar, pero tomando en cuenta que son sectores sumidos desde hace varias décadas en

serios problemas estructurales, que los distintos gobiernos no han podido solucionar y que no se ve a mediano plazo una mejoría, además de que se requerirían de grandes inversiones para hacerlo, se desechan y se consideran más viables aquellos que están al alcance de la población; que demandan pocos recursos financieros; aquellos que beneficiarían, en el corto plazo, a amplios sectores de las clases populares; y sobre todo a esos donde existe una experiencia acumulada de la sociedad. De acuerdo al diagnóstico expuesto anteriormente, los mejores rendimientos de la capacidad productiva del lugar de referencia, cuyos recursos son susceptibles de explotar mediante la participación ciudadana son: el turismo, la producción de artesanías, los espectáculos taurinos (en Xico hay una gran tradición) y la industria alimenticia (excepto Beneficio de café).

El turismo

Los servicios turísticos, empíricamente perfilados hacia el turismo alternativo (este concepto se explica en el punto siguiente-3.2.1.3-), es la actividad económica que registra un mayor dinamismo en la cabecera municipal y su tendencia futura de crecimiento es ascendente, por lo que se le puede considerar el recurso de mayor potencial de explotación con que cuenta Xico, así como por ser un medio de gran viabilidad para desarrollar proyectos sustentables participativos. Esto lo justifican las cuestiones que a continuación se explican:

Dinamismo y tendencia futura de crecimiento

1. La afluencia de turismo aunque estacional, mantiene su regularidad a pesar de que prácticamente no hay campañas de promoción. El día que se promueva nacional e internacionalmente este destino turístico, seguramente que crecerá sustancialmente el número de visitantes.
2. Los gustos y preferencias de los consumidores a nivel mundial se han modificado de manera generalizada y el turismo no es la excepción, actualmente no todos los turistas buscan las playas y los grandes centros de diversión, hay miles y cada día tienden a ser más, que prefieren lo que se conoce como turismo alternativo.
3. El crecimiento espontaneo de la infraestructura turística de Xico, señalado en el punto donde se describen los servicios turísticos, es un fiel indicador del dinamismo de esta actividad.

Acciones participativas

- a) La actividad turística en Xico se ha desarrollado gracias a la iniciativa de los microempresarios pioneros del sector y a otras personas del lugar que se han incorporado, principalmente jóvenes, los cuales con sus propias ideas y recursos vienen impulsando esta actividad porque se dan cuenta del futuro económico que tiene. Las administraciones gubernamentales o no tienen interés en apoyar esta actividad o no valoran los recursos existentes o les falta creatividad.
- b) Las familias xiqueñas que viven del turismo y las autoridades locales, al percatarse que los visitantes gustan de los atractivos naturales del lugar

y por eso concurren a él, empezaron a preocuparse por conservar la naturaleza y de manera empírica pusieron en práctica un ecoturismo participativo. Sin embargo, a la fecha no existe un programa oficial de cuidado del medio ambiente, ni ordenamientos para regular las actividades del turismo alternativo.

- c) Los prestadores de servicios turísticos junto con las autoridades municipales y otras personas interesadas en el bienestar de Xico crearon, en 2004, la Fundación Xico, A.C., esta agrupación en coordinación con la Subsecretaría de Turismo Estatal, durante todo el año de 2004, operaron localmente el programa "México Limpio y Querido", en esta actividad involucraron a toda la población, al H. Ayuntamiento, a los estudiantes de preprimaria a preparatoria, a los maestros, a los centros de salud y a los jefes de manzana. La aplicación del mencionado programa consistió en: la sensibilización y capacitación de los involucrados; recoger de las calles y casa por casa los PEP'S (botellas de plástico), latas y cartón; limpieza de áreas verdes, cascadas y ríos. Asimismo, se efectuó una campaña de concientización de los turistas.
- d) Por iniciativa de algunos prestadores de servicios y de jóvenes emprendedores se crearon, en años recientes, páginas Web interactivas donde se difunden los atractivos turísticos de Xico, entre ellas encontramos la del Grupo Provincia, la de Xicotli expediciones y la de la Fundación Xico, A.C.

Baja inversión

1. Lo que vende el turismo alternativo es paisaje y atractivos naturales y culturales, por lo que el entorno no debe ser modificado por grandes obras de infraestructura, ni con la construcción de grandes hoteles y restaurantes que rebasen la capacidad natural de recepción de turistas que tiene el lugar. Esto significa que no hay necesidad de grandes inversiones públicas o privadas. Ello le da gran viabilidad a la aplicación de un plan local de desarrollo.
2. Por las cuestiones antes señaladas es posible implementar micro proyectos turísticos de baja inversión que estarían al alcance de inversionistas del lugar, pero sobre todo de gente del pueblo que se puede organizar en grupos solidarios.

Producción de artesanías

En Xico se elaboran diversos productos artesanales de gran atractivo y bajo precio, algunos de ellos tienen calidad de exportación, es un recurso que puede dar más, lo que se requiere es organizar a los productores y establecer un sistema de comercialización que permita la entrada de estos productos a mercados externos, además esta actividad está estrechamente ligada al turismo, por lo que sería parte del plan que se menciona en párrafos anteriores.

Industria alimenticia

La producción de vinos de frutas, de pan y de pasta de mole son actividades con amplias posibilidades de explotación que podrían constituirse en la base de una industria sustentable que impulsaría el desarrollo de la región. La viabilidad está determinada por la experiencia que han acumulado diversas familias xiqueñas en estos oficios; porque son empresas que requieren de baja inversión; generarían empleo y autoempleo; los beneficiados serían directamente la población de escasos recursos; pero sobre todo porque es una industria que no contamina.

El horizonte de posibilidades es distinto para cada una de las actividades señaladas, siendo éste el que se comenta a continuación:

Los vinos de frutas. La industria vinícola es un sector muy competido que por lo mismo demanda altos niveles de inversión, entre otras cosas. Esto limitaría la viabilidad de un proyecto de explotación al ámbito local y regional; local, porque al igual que las artesanías la venta de este producto está ligada a la afluencia turística, la que constituiría su principal mercado; y regional, porque sería susceptible de comercializarse en otros destinos turísticos del Estado, principalmente el Puerto de Veracruz. En otros mercados se enfrentaría a una competencia difícil de vencer.

El pan y las galletas. Son productos que gozan de una buena aceptación por su calidad y precio, tomando en cuenta que tienen cierto posicionamiento en diversas ciudades del Estado de Veracruz, sería fácil incrementar la producción existente y futura, mediante la organización de los pequeños y el principal

productor de estos bienes en la localidad. El carácter artesanal del pan de Xico es uno de sus principales atractivos, razón por la cual se debe mantener independientemente del volumen de su producción. Localmente tendría segura la demanda de la población y la de los visitantes. Mediante una Empresa Integradora se podría incursionar en los mercados regionales.

La pasta de mole. La factibilidad de expandir la producción de pasta de mole y de otras salsas, está garantizada por el éxito de la señora Carolina Suárez (Mole Xiqueño), referido en el punto del diagnóstico en el apartado correspondiente a las actividades económicas; aquí de lo que se trata es de multiplicar este caso con los demás productores existentes y con otras familias que posean esta habilidad. La probabilidad de comercializar nacional e internacionalmente este producto lo demuestra el Mole Xiqueño, el cual se vende actualmente en las tiendas: Costco, Wal-Mart, Chedraui y Comercial Mexicana. Asimismo, se exporta a Suiza, lo que se puede aprovechar para introducirlo en naciones cercanas a este país, cuyos consumidores del producto al quedar satisfechos con el mismo, pudieran recomendarlo a sus vecinos; los millones de mexicanos que residen en diferentes lugares de los Estados Unidos son un mercado potencial a considerar. La pasta de mole a nivel internacional tiene una ventaja competitiva: sólo se elabora en México, nadie más lo produce. Para mantener dicha ventaja sería necesario establecer una “denominación de origen”.

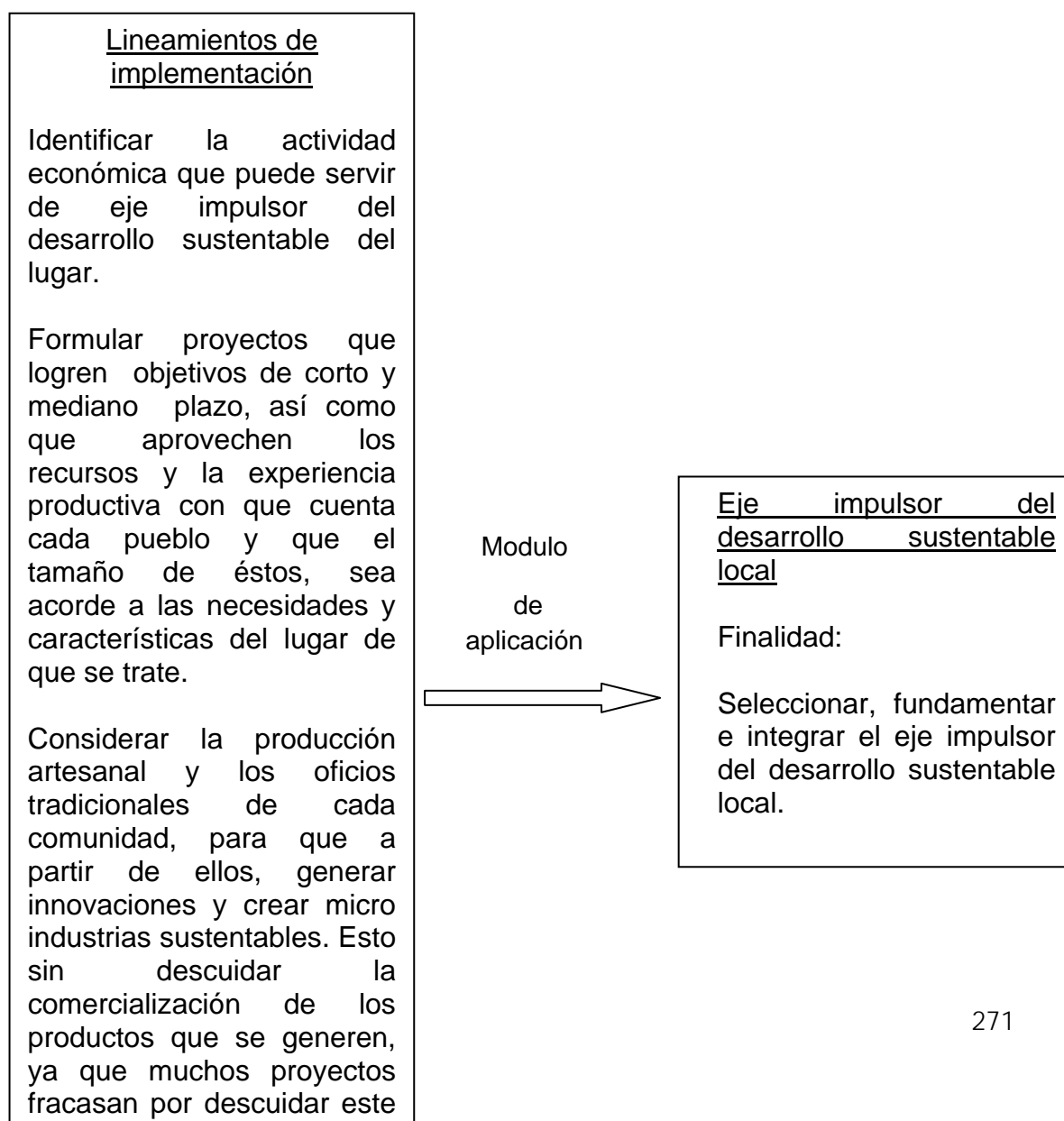
Hasta aquí concluye lo relacionado con el diagnóstico y el potencial económico, en este caso de Xico. Ello permite observar lo relevante que resultan los datos monográficos básicos de las localidades y sobre todo la potencialidad

económica con que cuentan, la vocación productiva del lugar y las habilidades artesanales de sus habitantes. A partir de estos recursos y con la participación de la gente, se deben de emprender las acciones de desarrollo, de lo contrario se seguirán aplicando proyectos de arriba hacia abajo, sin sustento y ajenos a la realidad concreta de cada comunidad, razones por las cuales terminarán siendo un fracaso.

3.2.4.-El eje impulsor del desarrollo sustentable local

Con la finalidad de garantizar en la medida de lo posible el cumplimiento de las metas fijadas, es conveniente diseñar un eje que sirva de soporte e integre diferentes actividades económicas que impulsen el desarrollo sustentable local.

Esto es factible siguiendo los lineamientos que a continuación se ilustran.



De acuerdo a lo anterior, explicaremos a continuación, para el caso de Xico, la selección, la fundamentación y la integración del eje impulsor de su desarrollo.

3.2.4. 1. Selección del eje impulsor

En Xico es evidente la actividad económica que puede servir de eje impulsor de su desarrollo sustentable: el turismo, específicamente el turismo denominado alternativo. Este cumple plenamente con los lineamientos antes estipulados, lo que queda corroborado con lo que a continuación se expone.

Fundamentación del eje impulsor

Para justificar que el turismo alternativo es la actividad que debe considerarse como el eje impulsor de la sustentabilidad de Xico, se toman como argumentos principales: los tipos de turismo que existen; los recursos turísticos naturales con que cuenta el lugar de referencia; los atractivos culturales del lugar; y otras áreas de turismo alternativo que se practican en la actualidad. Estos elementos a continuación se explican:

Tipos de turismo

Hay dos tipos de de turismo: turismo de masas, y turismo alternativo.

El "Turismo de Masas", "Turismo Masivo" o "Turismo Tradicional" es aquél que se refiere generalmente a los grandes conglomerados o resorts turísticos en el mundo. Donde las empresas turísticas son propiedad de grandes corporaciones trasnacionales... y donde hay poca interacción con las comunidades locales. (www.ecoturismolatino.com, 2007).

Asimismo, este tipo de turismo, principalmente el asentado en playas y atractivos naturales, es contaminante y destructor del entorno ecológico y, en el menor de los casos, modificador del mismo.

La contraparte o la otra opción, de aquí su nombre, es el:

Turismo Alternativo un concepto que nace y se define por no ser un turismo de masas. Dentro del turismo alternativo podemos encontrar una serie de clasificaciones y tipos de turismo... Lo que caracteriza al concepto de "Alternativo" es el tipo de empresa generalmente pequeña o mediana, creada por familias o amigos, donde hay la posibilidad de mayor contacto con las comunidades y donde existe la mayoría de las veces un respeto por la naturaleza... Este concepto es generalmente utilizado por instituciones

gubernamentales y académicos.
(www.ecoturismolatino.com, 2007).

Ampliando la conceptualización anteriormente citada, encontramos otras expresiones que enriquecen el concepto y sobre todo permiten observar en toda su magnitud, las oportunidades que ofrece el turismo alternativo para la conservación ecológica y para el beneficio económico de la población rural. Entre dichas expresiones están la de Héctor Ceballos Lascuráin, considerado pionero de este tema, en la medida en que en 1983 señaló que una modalidad turística ambientalmente responsable es:

Viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales. (www.planeta.com, 2007).

Este punto de vista lo ha adoptado la Unión Mundial para la Naturaleza (IUCN).

Una apreciación más reciente, generalmente aceptada como la anterior, la constituye la de Martha Honey, quién asevera que

Ecoturismo es el viaje a áreas frágiles, prístinas, y normalmente protegidas que se esfuerzan por ser de

bajo impacto y (normalmente) de pequeña escala. Ayuda a educar a los viajeros; provee de fondos para conservación; directamente beneficia el desarrollo económico y el fortalecimiento político de comunidades locales; y promueve el respeto por las diversas culturas y los derechos humanos. (www.planeta.com, 2007).

En torno a estas perspectivas, diversos autores han agregado determinados aspectos complementarios, que en conjunto permiten delinear algunos de los propósitos del turismo alternativo, siendo éstos los siguientes:

- Promover viajes a destinos naturales para despertar el interés en la naturaleza, con la finalidad de suscitar una conciencia ecológica que contribuya a la conservación.
- Generar recursos financieros para mantener las áreas naturales protegidas y la de los diversos entornos ecológicos, así como para remunerar a la población local, para garantizar su participación en las tareas de conservación.
- Estimular la investigación científica, mediante la aportación de propuestas de acciones ecológicas en el contexto del turismo alternativo.
- Impulsar proyectos turísticos de baja escala que, a parte de requerir de poca inversión reduce al mínimo el impacto ambiental, además de que ello permite la creación de micro y pequeñas empresas de carácter social que aseguran, en lo posible, el beneficio de los habitantes locales.

- Propiciar el contacto y el entendimiento entre las comunidades receptoras y el turista, para fortalecer los valores naturales, sociales y comunitarios.
- Vincular las acciones turísticas con otros sectores de la economía local (agricultura, artesanías y comercio, entre otras). Y
- Consolidar al turismo alternativo como vía para avanzar en el proceso del desarrollo rural.

Los propósitos anteriormente expuestos, de alguna manera, se vienen aplicando en diversos proyectos de turismo alternativo que tienen lugar en diferentes puntos de la República Mexicana y del mundo. En los hechos, el enfoque sustentable del turismo, se manifiesta en distintas variantes que se pueden clasificar en cuatro áreas: Natural, Cultural, Eventos y Otros.

El "Natural" (turismo que se puede hacer en lugares naturales, acerca de la naturaleza, y/o para la preservación del medio ambiente natural) incluye: turismo de aventura, ecoturismo, y turismo de naturaleza. El "Cultural" (turismo que involucra contacto y aprendizaje de una o mas culturas) incluye el turismo arqueológico, rural, religioso y étnico. "Eventos" (turismo interesado en experimentar eventos característicos de una zona o importantes eventos anuales) que incluyen deportes, carnavales y festivales por ejemplo. En la clasificación de otros entra todo aquello que no se puede incluir en las otras clasificaciones como turismo de

voluntariado, granjas, educativo, etc. (www.planeta.com, 2007).

Es evidente que la factibilidad del turismo alternativo depende, entre otras cosas, de que el lugar de que se trate cuente con los recursos naturales y con las diferentes manifestaciones culturales que puedan atraer a los turistas. Al respecto, Xico cuenta con los recursos naturales y los atractivos culturales suficientes, a saber:

Recursos turísticos naturales

La región Xiqueña cuenta con diversos paisajes de montaña con abundantes bosques caducifolios, en los que habitan varias especies de animales silvestres, entre los que destacan las ardillas, mapaches, zorros y conejos.

Asimismo, se localizan más de 25 cascadas de las cuales sólo una es de fácil acceso, dos son de difícil acceso y las restantes no son accesibles.

La cascada a la que se puede llegar fácilmente es conocida con el nombre de Texolo. Esta caída de agua rodeada de una exuberante vegetación, se encuentra en la periferia de la cabecera municipal a una distancia de 3 kilómetros a partir del centro de la misma. A pesar de no contar con la infraestructura turística suficiente tiene una gran afluencia (fin de semana) de turistas de ciudades cercanas.

Las cascadas de difícil acceso se identifican con los nombres de: La Monja y Mata Perros; la primera, se localiza a 800 metros de la cascada de Texolo, el torrente de agua que emana de ella no es abundante, pero el paisaje que la

rodea es de gran atractivo; la segunda, se ubica cerca de las faldas del Cofre de Perote próxima a un lugar denominado San José paso Nuevo. Para llegar a Mata Perros hay que transitar 10 kilómetros de camino en mal estado, la recompensa al maltrato del traslado es la vista panorámica de un horizonte alpino.

Los paisajes boscosos, de montañas, de lagunas y arroyos son otro atractivo natural del lugar, éstos rodean todo el contorno de la cabecera municipal, siendo los más conocidos los parajes identificados con los nombres de: Puente

Vieja, Camino a Agua Bendita, Loma Amarilla, Puente de Pextlán y Xico Viejo, entre otros. Las características de los mencionados parajes son:

➤ Puente Vieja

Un antiguo puente, construido en el Siglo XIX, le da el nombre a este lugar, en el se observa la vía de un tren porfiriano y atractivos paisajes boscosos bañados por un arroyo. Este sitio se encuentra en el camino que conduce a la comunidad de Rodríguez Clara (Peña Alta).

➤ Camino a Agua Bendita

Después de diez minutos (a partir de la cabecera municipal) de transitar por un camino de terracería, se localiza un paisaje conformado por varios puentes antiguos, lomas y praderas, en éstas abunda la vegetación y son cruzadas por un río. Este sitio es un verdadero halago a los sentidos.

➤ Loma Amarilla

Alrededor de cuatro kilómetros de distancia de la cabecera municipal se localiza Loma Amarilla, a la cual solo se accede caminando por veredas. El principal atractivo de este lugar lo constituye un mirador natural donde se ubica la Capilla Monte Calvario. El Jueves Santo la población realiza una procesión nocturna y en días posteriores se representa el Vía Crucis.

➤ Puente de Pextlán

En este sitio, el Río Pextlán forma un impresionante cañón con paredes de hasta 40 metros de altura, siendo éste el principal atractivo, complementado por un puente que fue construido en el Siglo XIX y por una granja de Trucha Arcoíris

➤ Xico Viejo

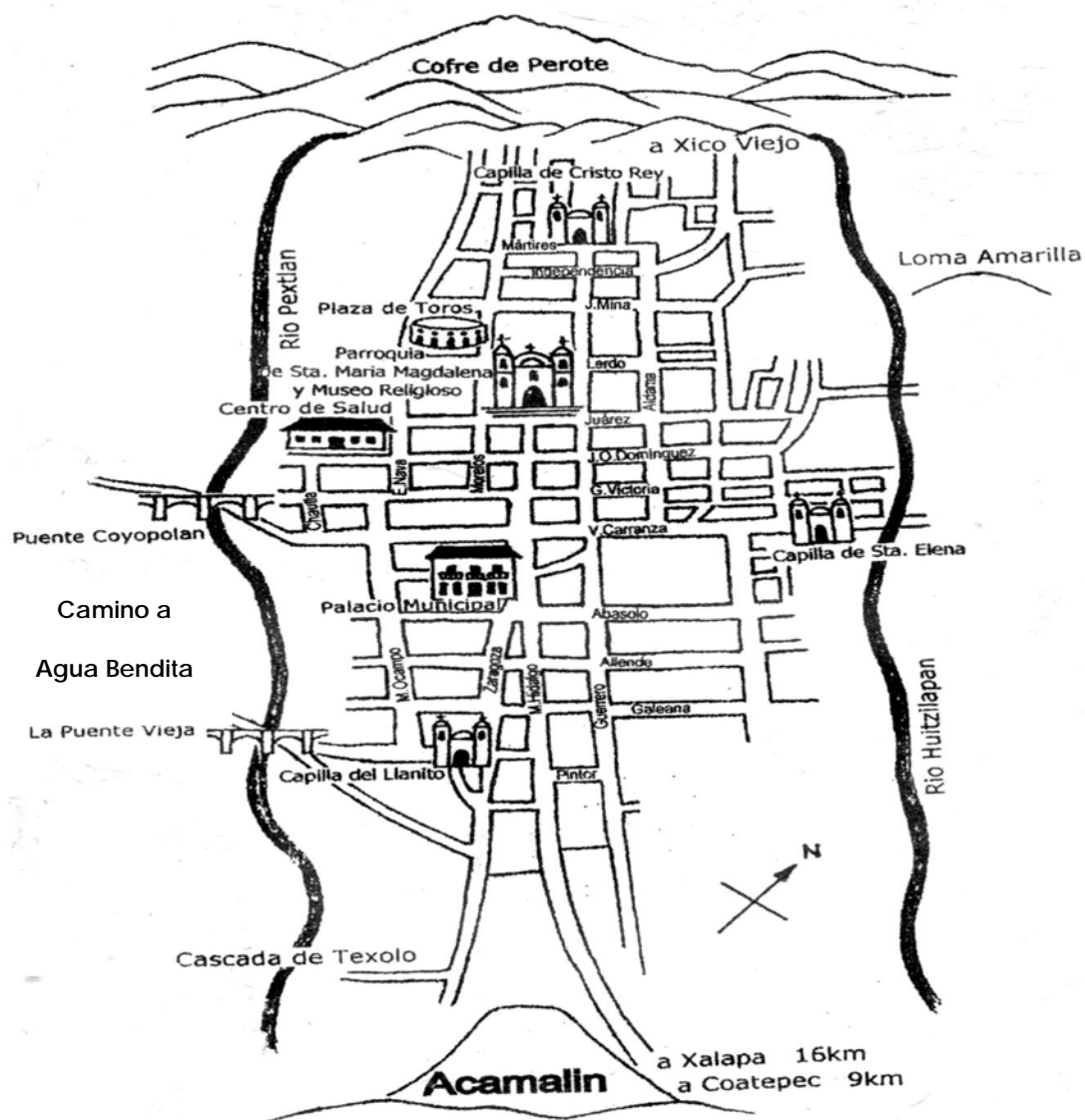
Saliendo de Xico, después de recorrer 6 kilómetros de camino de terracería, se llega a Xico Viejo, lugar de asentamiento de la población originaria de esta región. El principal atractivo turístico de este lugar es histórico, en la medida en que Hernán Cortés estableció en este sitio una fortaleza de avanzada en su ruta hacia la gran Tenochtitlán. Aunado a esto, el viejo Xico ofrece un paisaje de montaña impresionante y se puede visitar una granja de truchas del lugar y observar las labores cotidianas de la misma.

Otros sitios que cuentan con recursos similares a los antes descritos, ofrecen al visitante como atractivo del lugar: la práctica de la pesca de trucha, la caza de venado y conejo, montañismo, andinismo, balnearios, caminatas, recreación, fotografía, investigación científica, recreación, observación de la naturaleza y cabalgatas, entre otras.

En el croquis siguiente se observa la ubicación de los parajes antes reseñados y la de otros sitios de interés turístico.

Croquis de la cabecera municipal de Xico

(Localización de sitios de interés turístico)



Atractivos culturales

No solo el ecoturismo es una diversificación de la industria sin chimeneas, sino también el denominado turismo cultural, siendo éste un concepto muy amplio que contempla como atractivos turísticos actividades tales como: costumbres y tradiciones autóctonas, arquitectura vernácula, artesanías y comidas y bebidas

típicas, entre otros. En este renglón los recursos con que cuenta Xico son abundantes, pues posee los siguientes:

Costumbres y tradiciones autóctonas

Muchos son los turistas, principalmente extranjeros y nacionales, que se interesan en conocer las costumbres y tradiciones autóctonas de los diferentes pueblos, al respecto en el lugar de referencia se observan las situaciones que a continuación se describen.

Fiestas tradicionales y religiosas

En Xico, a lo largo del año, se celebran varios eventos religiosos (ampliamente descritos en el apartado 4.2.1.1.) que atraen a los turistas de localidades cercanas, dentro de ellas destacan las festividades del mes de Julio, Semana Santa, Noviembre y Diciembre.

En julio son tradicionales los festejos en honor a Santa María Magdalena, evento considerado el más importante por ser esta beata la patrona del lugar. En los tres días que dura la fiesta, siendo el más importante el día 22 de julio, tienen lugar: procesiones, caminatas, cabalgatas, corridas de toros, la tradicional xiqueñada, acto en el cual sueltan a los toros en la calle principal del pueblo, bailes populares, festivales artísticos, eventos culturales, exposición de tapetes elaborados a base de aserrín de colores y muestras gastronómicas. En esta fecha es cuando se registra la mayor afluencia de visitantes.

En Semana Santa se celebran diferentes actos religiosos, los cuales dado su fervor y vistosidad atraen a personas de otros lugares, los que acuden; en unos

casos, como observadores; y en otros, como participantes. Asimismo, como estos días forman parte de uno de los periodos vacacionales del año los visitantes aprovechan para conocer la cascada de Texolo.

En noviembre, con motivo de la celebración del día de muertos, dada la forma (altares en todos los domicilios y lugares públicos) en que lo celebran los lugareños se convierte en un atractivo que ocasiona la afluencia de turistas locales.

En diciembre, las fiestas correspondientes a esta época del año, se siguen celebrando en forma tradicional: exposición del nacimiento del niño dios en la Iglesia principal y en las diferentes capillas; y posadas en las calles del pueblo. Al paso de los años estas celebraciones se han convertido en un atrayente turístico más.

Arquitectura vernácula

En la cabecera municipal de Xico predominan las construcciones antiguas de arquitectura vernácula, las edificaciones recientes mantienen el mismo diseño arquitectónico, las calles están trazadas con los mismos lineamientos y en su mayoría son empedradas, además el paisaje visual es acorde a su arquitectura, todo esto le da un toque colonial y de pueblo pintoresco.

Como complemento del entorno se encuentra, en el corazón del pueblo, los tradicionales portales, el parque y el edificio de la Parroquia de Santa María Magdalena, cuya construcción de estilo colonial tiene detalles arquitectónicos que datan de los siglos XVI, XVIII y XIX. La fachada del templo parroquial es de

arquitectura neoclásica con dos torres laterales y cúpulas monumentales, la edificación del templo se inició en el Siglo XVI y se concluyó a principios del Siglo XIX. En un anexo del recinto se habilitó un local que funciona como el

Museo del Vestido de Sta. María Magdalena, en el cual se exhiben los diferentes vestidos (alrededor de 400) que la población le ha confeccionando desde 1910. Este museo es una visita obligada de los turistas.

Artesanías

Las artesanías de Xico, como se explicó en el diagnóstico, son diferentes objetos decorativos elaborados a base de madera de café, máscaras de ésta y otras maderas, así como fruteros y cuadros tallados en madera de una gran finura artesanal que indudablemente son un atractivo cultural apreciado por los visitantes.

Comidas y bebidas típicas

La gastronomía Xiqueña es variada y de gran aceptación, siendo sus platillos principales: el mole; la trucha en diferentes presentaciones; el Xonequi, guisado de frijoles caldosos, aderezados con bolas de masa y con la hierba aromática que le otorga el nombre; los tamales canarios, hechos de harina de arroz y relleno dulce; los chiles jalapeños rellenos; y los Xocos, tamales de masa (envueltos en una hoja verde triangular): negros, dulces o salados. A esto hay que agregar el pan y las galletas; el vino de frutas: y el aromático café, todos ellos reseñados en la parte del diagnóstico.

Otras áreas de turismo alternativo

De acuerdo a la clasificación que se viene siguiendo, Xico también cuenta con recursos turísticos que encuadran en el rubro de “otros”, entre ellos:

Turismo educativo o académico

En algunas partes del mundo por su riqueza histórica, su biodiversidad o por los fenómenos que ahí tienen lugar, se han convertido en objeto de estudio permanente de un sin número de investigadores y estudiantes, lo que implica la llegada constante y la permanencia de grupos de personas que, entre otras cosas, demandan servicios de alojamiento y alimentación, a este hecho se le ha dado en llamar "turismo académico".

Al respecto, Xico cuenta con una biodiversidad digna de estudiarse que es susceptible de generar turismo académico.

Asimismo, Radio Teocelo (cercana al lugar investigado) dado que es una de las pocas radios comunitarias en nuestro país, es objeto de estudio de las escuelas de comunicación de las ciudades cercanas e inclusive de la ciudad de México. Dicha estación es visitada durante todo el año por grupos de estudiantes, profesores e investigadores que después de cumplir con sus tareas demandan servicios de restaurante, hospedaje y otros. Tomando en cuenta que no existe la firme voluntad gubernamental de impulsar las radiodifusoras comunitarias, a esta contradicción se le puede seguir sacando provecho, en la medida en que Radio Teocelo es la única posibilidad que tienen estudiantes e investigadores de la comunicación de conocer en la vida real una radiodifusora de este tipo, ello en función de que en todo el sureste mexicano sólo existe este caso de estación radial.

El paisaje como foro natural cinematográfico

Los atractivos naturales que se han descrito no sólo se pueden explotar turísticamente, sino también como foro natural cinematográfico. De hecho, en Xico y lugares circunvecinos, se han producido varias telenovelas y filmado algunas películas tanto nacionales como extranjeras, destacando entre ellas: “Voces inocentes”, “El crimen del Padre Amaro” y “Daño colateral”.

Concluyendo la fundamentación del eje impulsor, se agregaría a la argumentación teórica sobre el turismo alternativo y a los recursos turísticos existentes en Xico, el hecho de que en la actualidad, a escala mundial, el ecoturismo tiene un gran auge, motivado, entre otras cosas, por el cambio en los gustos y preferencias de los turistas, cambios que se han operado en amplios sectores de éstos, los que ya no se conforman con los destinos de playa y buscan algo más. Esto sin duda está asociado al incremento de una conciencia ecológica. Aunado a lo anterior, hay que tomar en cuenta que en el lugar de referencia ya se está aplicando, empírica y aisladamente, el turismo alternativo y que lo único que falta para que éste tenga el impacto social deseado es informar, organizar y capacitar a la población, para lo cual se sugiere aplicar esta propuesta. Todo lo aquí expuesto constituye la fundamentación del eje impulsor.

3.2.4.2.-La integración económica en torno al eje impulsor

El desarrollo sostenible implica el crecimiento armónico de las diferentes actividades productivas, porque éste tiene como finalidad la autosuficiencia, romper con dependencias e intercambios desiguales, sólo de esta manera se asegura el bienestar de la población, además se trata de romper con las islas de prosperidad rodeadas de desigualdades (un sector próspero circundado por sectores atrasados) y con la subordinación de las diversas actividades a una

predominante. Lo que se persigue es que las diferentes esferas productivas se apoyen entre sí y provean los productos o insumos que las otras necesitan; eso sí, se tiene que definir cuál de esas esferas es clave para que sirva de base para impulsar a las demás. En este caso es el turismo alternativo, el que no sólo requiere de prestadores de servicios, sino también son necesarios proveedores: de alimentos (agricultura, ganadería y piscicultura), de materiales de construcción y equipo de mantenimiento, entre otros.

De acuerdo a lo anterior, la integración consiste en vincular las acciones turísticas con todos los sectores posibles de la economía local. Para Xico, se integrarían en torno al ecoturismo en sus diferentes modalidades, la producción de alimentos agropecuarios, los diferentes servicios, la construcción, las artesanías y los productos alimenticios (mole, vinos de frutas y pan), entre otros.

Finalmente, concluyo con esta reflexión: el desarrollo sustentable no es sólo una cuestión económica y ecológica, sino también de interacción de los involucrados, quienes son, ante todo, sujetos de la sustentabilidad. Esto hace imprescindible una comunicación participativa para el desarrollo.

GRUPO TELEVISA

(Cuadro 1)

GIRO O ACTIVIDAD	EMPRESA(S)
-Producción y transmisión de programas de televisión	Televisión Abierta: XEW-TV Canal 2, XHGC-TV Canal 5 y XEQ-TV Canal 9
-Distribución internacional de programas de televisión	Televisión por cable: SKY Televisión Satelital, Cablevisión y Televisa Networks
Enlaces internacionales	Univisión y Galavisión
Producción y transmisión de programas de radio	Televisa Radio (Integrada por 6 estaciones en el Distrito Federal y 125 más en el interior de la República)
Publicación y distribución de revistas	Grupo Editorial Televisa Publica 82 títulos -14 regionales, 10 para el mercado hispano de Estados Unidos y 58 títulos locales en México- los cuales se distribuyen en 19 países del continente americano, con un total de 489 ediciones regulares, 62 ediciones especiales por año. Estos títulos tienen una circulación anual de más de 128 millones de ejemplares. INTERMEX (Distribuidora en México y Latinoamérica, Operación Logística, Administración y Mercadotecnia)
Operación de portales y páginas de Internet	Esmas.com
Producción y distribución de películas	videocine (productora y distribuidora de películas en México y EE.UU.)
Producción y reproducción de videocasetes	Televisa Home Entertainment
Producción y distribución de discos	Televisa Música
Comercialización a nivel nacional e internacional de productos marca Televisa	Televisa Licencias (Comercializa múltiples productos con nombres de personajes y programas famosos: el chavo del 8, chapulín colorado, etc.)
Promoción de espectáculos deportivos y eventos especiales	Equipos de fútbol: América, Necaxa Y San Luis Estadio Azteca
-Organización de eventos y espectáculos públicos en vivo -Operación de inmuebles y locales para la realización de eventos -Servicio de boletaje electrónico	Televisa Entretenimiento, SA de CV
Servicios de doblaje y subtitulado	
Servicios de mensajes electrónicos personalizados (Telefonía Móvil, Telefonía Vocal Básica)	PanAmSat

Fuente: Cuadro elaborado con información de las siguientes páginas:

<http://www.televisa.com/>

http://www.bmv.com.mx/BMV/JSP/sec5_infoemis.jsp?idmenu=1&seidemi=5720

<http://es.wikipedia.org/wiki/Televisa>

GRUPO RADIO CENTRO

(Cuadro 2)

GIRO O ACTIVIDAD	EMPRESA(S)
Producción y radiodifusión de programas musicales, noticias, entrevistas y programas	GRC Radiodifusión, S.A.

de eventos especiales (base del grupo)	
Comercializadora del tiempo de las estaciones del grupo	Radio Centro Publicidad, S. A. de C. V.
Propietaria de los edificios donde se ubican las oficinas, estudios de grabación y estaciones del grupo	Inmobiliaria Radio Centro, S. A. de C. V.
“compañía tenedora” de acciones de estaciones con participación del 99.99% (8 radiodifusoras)	Desarrollos Empresariales, S. A. de C. V.
Servicios especializados de: programación, producción, noticias y asesora técnica y legal Cobertura nacional, opera 111 estaciones afiliadas (al 31 de dic.2005) distribuidas en 71 ciudades de la república.	Organización Impulsora de Radio
Propietaria de terrenos de las plantas de transmisión , estudios, oficinas y compañías comerciales del grupo	Universal de Muebles e Inmuebles, S. A. de C. V.
Recluta personal dedicado a la investigación de mercados	Publicidad y Promociones Internacionales, S. A. de C. V.
Proporciona personal técnico, comercial y administrativo a las radiodifusoras afiliadas al grupo	Promotora Técnica de Servicios Profesionales
Proveer programación y representación de ventas a las estaciones de radio afiliadas. Servicio a la población de habla hispana en los Estados Unidos.	Cadena Radio Centro (CRC)
Comercialización	GRC Medios, S.A. de C.V.
Servicios de promoción	Promo Red, S.A. de C.V.
Holding Company o “compañía tenedora” de acciones	Radiodifusión Red, S.A. de C.V.
Holding Company o “compañía tenedora” de acciones	Enlaces Troncales, S.A. de C.V.

Fuente: Cuadro elaborado con información <http://www.radiocentro.com.mx>

En 2001, como complemento a sus actividades relacionadas con la industria de la radio, Grupo Radio Centro dio sus primeros pasos para expandir el campo de sus actividades en Internet y otros medios de comunicación, que incluyen a televisión y medios impresos.

GRUPO ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA

(Cuadro 3)

GIRO O ACTIVIDAD	EMPRESA(S)
------------------	------------

Dueña de los 70 denominados Soles que circulan; uno, en el D.F y; el resto, en los diferentes Estados del país. Asimismo, es propietaria del periódico La Prensa y el Diario Deportivo Esto	Organización Editorial Mexicana
Producción y comercialización de cartoncillo recubierto reciclado, para la elaboración de empaques plegadizos.	Cartones Ponderosa
Suministro de fibra reciclada para Cartones Ponderosa	Ecofibras Ponderosa
Suministro de fibra secundaria (fuente alternativa) para Cartones Ponderosa	Pondefibers Corporation
Reciclamiento de materia prima para la producción de papel periódico	Productora Nacional de Papel
Producción de impresos a gran escala Servicio integral en Artes Gráficas	Graficas La Prensa
Servicio de transporte para las empresas: Cartones Ponderosa y Productora Nacional	Compañía Transportadora Federal
Servicio de transporte para las empresas: Cartones Ponderosa y Productora Nacional	Comercial Fletera México
Agrupación: ABC Radio, Espectaculares Televisivos de Alta Definición, Informex y la comercializadora Poder Creativo.	Estudios Tepeyac
Publicidad exterior, red digital de pantallas gigantes a nivel nacional. Servicio de producción, postproducción y asesoría publicitaria	Espectaculares Televisivos de Alta Definición
Agencia de información que da servicio a todos los medios de OEM	Informex
Cadena radiofónica con 24 estaciones en enlace nacional	ABC Radio
Transmisión de programas, noticieros y eventos deportivos	Canal 12 XHND-TV Durango, go.
43 sitios de Internet	Internet

Fuente: Cuadro elaborado con información de la página www.oem.com.mx/

GRUPO MULTIMEDIOS

(Cuadro 4)

GIRO O ACTIVIDAD	DIVISION O EMPRESAS Y COBERTURA
Edición de periódicos y revistas	PERIODICOS (Milenio) Publicación 7 diarios (uno circulación nacional, 6 locales de 6 ciudades de 4 Estados (norte del país) Afiliados 5 diarios (Circulan en 5 ciudades de 4 estados de la república) Revistas 2 (circulación nacional)
Producción y transmisión de	27 estaciones FM (Cobertura: 16 ciudades de 6 estados del país y 2 del

programas de radio	extranjero) 10 estaciones AM
Producción y transmisión de programas de televisión	Multimedios televisión (24 canales de televisión en 21 ciudades del noreste de México) .
Elaboración y desarrollo de estrategias publicitarias con los distintos medios masivos del Grupo Multimedios	POL Espectaculares o publicidad exterior (cobertura regional y operaciones en Centroamérica) MMOutdoor Publicidad en espectaculares, mobiliario urbano, puentes peatonales y vallas publicitarias. Cobertura regional.
Operación de portales y páginas de Internet	Multimedios en línea Integra en sus contenidos prensa, radio, cine y televisión del grupo, así como los servicios de un portal. Multibip Servicios de radiolocalización de personas. Contac center Servicios de atención telefónica a clientes, para apoyar el área de ventas, postventas y cobranza de las empresas. Encuestas y sondeos de mercado Actualización y depuración de base de datos
Entretenimiento	Multicinemas La cadena más grande del noreste del país, 600 salas cinematográficas en 35 ciudades de 20 estados de la República. Teatros y centros de espectáculos Teatros y arenas Arena Coliseo de Monterrey (eventos infantiles, funciones de boxeo y lucha libre, circos y espectáculos) Teatros. Grupo Multimedios cuenta con 4 Teatros Centros de espectáculos Grupo Multimedios cuenta con los centros de espectáculos más grandes de Latinoamérica en su género (bailes populares y presentaciones musicales). Centros de diversión Diversia Fun Center Complejo que cuenta con diferentes opciones de entretenimiento en un solo lugar (mas de 100 atracciones, tales como: 13 salas de MMCinemas, juegos electromecánicos, juegos de video, simuladores, juegos de redención, miniGolf, multimedios interactive, realidad virtual y boliche, entre otros). Ubicados en 5 ciudades de 4 estados del país. Bosque Mágico. Parque de diversiones Boleraza. Lugar para jugar boliche billar y video juegos
Alimentos y Franquicias	Das Bierhaus®. Cadena de restaurantes Franquicias: Kentucky Fried Chicken y Pizza Hut Express (ocho establecimientos).

Fuente: Cuadro elaborado con información de la página:

<http://www.multimedios.com.mx/>

GRUPO FM MULTIMEDIOS

(Cuadro No. 5)

GIRO O ACTIVIDAD	DIVISION O EMPRESA
Radiodifusión	Grupo FM Tres estaciones en el Puerto de Veracruz, una en Tuxpan, en Fortín de las Flores y en Coatzacoalcos
Televisión por cable e Internet	Canal 6
Editorial	GB Magazín, Revista de sociales Lo Q' Buscas, Revista de anuncios
Publicidad Electrónica, mediante pantallas gigantes	Videos Espectaculares, S.A. de C.V.

Fuente: Cuadro elaborado con información de la página
<http://www.fmmultimedios.com.mx/>

LISTA DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Afanasiev, V. (1980) *Fundamentos de filosofía*. México: Ediciones de Cultura

Popular

Bahr, E. (1975) Tarea e importancia de los medios en los países en desarrollo.

Carta a Nuestros Amigos. Friedrich - Ebert - Stiftung : Alemania Nº 46: 20-21. Noviembre.

Basalla, G. (1991) *Evolución de la tecnología*. España: Editorial Crítica

Barre, R. (1976) El desarrollo económico: México: Fondo de Cultura Económica

Engels, F. (1970) *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*.

México: Ediciones de Cultura Popular

(1970) *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*. México:

Ediciones de Cultura Popular

Field, B. (1996) *Economía y medio ambiente*: Colombia: Mcgraw-Hill

Kermally, S. (2001) Cuando la información significa oportunidad: México:

Prentice hall

Marques de Melo, J. (1991) "UNESCO, NOMIC y América Latina. De la Guerra

Fría al espíritu de buena voluntad de McBride", en Comunicación y

Sociedad, núm. 12, mayo-agosto.

Marquês de Melo, J. Morais, C. & Gobbi, Ma. (2006) *Regionalização Midiática:*

Estudos de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Brasil: Editora Sotese

Masera & Astier (2000) *Sustentabilidad y manejo de recursos naturales*:

España: Multimedia ambiental

Mitropolski, D., Kérov, V. & Zubritski (1970) *Compendio de historia y economía*.

México: Ediciones de Cultura Popular

Nevel & Wright (2002) *Ciencias ambientales, ecología y desarrollo sostenible*.

México: Pearson educación

Padilla E. (1974) México desarrollo con pobreza: México: Siglo XXI

Ramos, N. (2007) Políticas de comunicación para las culturas populares en

México (1978-2006). El caso de la Dirección General de Culturas Populares:

UNAM tesis no publicada.

LISTA DE REFERENCIAS LINKOGRAFICAS

Asociación de Comunicadores Sociales, Calandria (2004):

<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias>

Beltrán Luis Ramiro, Políticas nacionales de comunicación en América Latina:

Los primeros pasos (2007): nuso.org/upload/2007

Calvelo, M (1975) calvelo@filo.unt.edu.ar

Comunicación alternativa (2007): <http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lasth/lasld-754.html>, 2007

Comunicación para el desarrollo (2006): (<http://www.unesco.org/education/whs>

[UNESCO%2C+Wilbur+Schramm](http://www.unesco.org/education/whs),

Comunicación participativa y educación (2007):

www.geocities.com:

Condiciones del modelo sustentable (2005): www.eclac.cl/dmaah

CONEIC Directorio (2007) México: [http:// www.coneicc.org.mx/directorio/comite](http://www.coneicc.org.mx/directorio/comite),
[html](http://www.coneicc.org.mx/directorio/comite)

Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio humano declaración
(2007): <http://www.pnuma.org/docamb/mh>, 1972, php

Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro (2007):
<http://es.wikipedia.org/wiki/cumbre> de_ la_ tierra

Dictaduras militares en el mundo (2007):

http://es.wikipedia.org/wiki/Dictadura_militar

El método y el ideal de Paulo Freire (2007): vivalaradio.org/2007,
wacc.org/2005

El modelo sustentable (2005): www.peruecologico.com.pe/lib, 2005

El plan nacional de comunicación (2007):

<http://www.metodista.br/unesco/PCLA/1999>,

<http://www.metodista.br/unesco/PCLA/2001>

Estadías Técnicas (2007): www.dgeti.sep.gob.mx

Grupo F M Multimedios (2007): <http://www.fmmultimedios.com.mx/>

Grupo Multimedios (2007): <http://www.multimedios.com.mx/>

Grupo Radio Centro (2007): <http://www.radiocentro.com.mx>

Grupo Televisa (2007): <http://www.televisa.com/>,
http://www.bmv.com.mx/BMV/JSP/sec5_infoemis.jsp?idmenu=1&seidemi=5720
, <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisa>

Impacto ambiental de las presas hidráulicas: desastres

ambientales mundiales (<http://www.imacmexico.org/file>, 2007)

Informe Nuestro futuro común o informe Brundtland (2007):

http://es.wikipedia.org/wiki/informe_Brundtland

Infraestructura educativa (2006): www.edu.iportal.com.mx

La formación de especialistas en comunicación participativa (2007):

www.rlc.fao.org/prior/desrural

La radio popular (2006): www.aler.org.ec

Los sistemas de conocimiento (2007): www.rlc.fao.org/prior/desrural

Mattelart Armand (2005):

<http://www.jornada.unam.mx/2005/feb05/050216/048n1soc.php>

Meadows, D.L. y otros (2007) Los Límites del Crecimiento:

www.eumed.net/mailman/listinfo/envi

Municipios de Veracruz (1988): www.inafed.gob.mx/wb2/municipios/2005

Nuevos enfoques de la comunicación para el desarrollo (2007):

http://www.devcomm.org/worldbank/vpr/pdf/Main_box/Recommendations_es.pdf,

<http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lasth/lasld-754.html>, 2007

ONU, División de Desarrollo Sostenible-Programa 21, (2005):

www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/spanish/agenda21sptoc.htm -

23k

Organización Editorial Mexicana (2008): www.oem.com.mx/

Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (2007):

http://www.cinu.org.mx/temas/des_sost.htm, 1973

Protocolo de Kyoto (2005): <http://www.nodo50.org>

Protocolo de Kyoto, oxígeno para el mundo (2005):

<http://www.jornada.unam.mx/2005/02/16/048n1soc.php>

Proyectos de vinculación (2007) :www.uv.mx:2007

Proyectos de vinculación (2007) :www.uv.mx:2007

Radio comunitaria (2007): www.amarc.org

Revolución Industrial y deterioro ambiental (2005):

<http://www.eumed.net/mailman/listinfo/envi>

Servicio Social (2003): www.uv.mx/gaceta:2003

Sistemas y medios tradicionales de comunicación (2007):

www.fao.org/sd/DOdirect

Servicios turísticos de Xico (2005): www.esvirtual.com/xico:2005

Turismo de masas y turismo alternativo (2007):

www.ecoturismolatino.com:2007,

www.planeta.com:

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno y Horkheimer. (1971) *Dialéctica del iluminismo*. Argentina: Sur
- Adorno, T. (1969) *Crítica cultural y sociedad*. España: Ariel
- (1974) *Industria cultural y sociedad de masas*. Venezuela: Monte Ávila
- Amin, S. (1974) *La acumulación a escala mundial*. México: Editorial Siglo XXI
- Arrieta, P. (2007) *Cafeticultura, ritual y dinámica étnica en el México rural*.
México: Editora del Gobierno del Estado de Veracruz.
- Asociación de Comunicadores Sociales. (1994) *Entre públicos y ciudadanos*.
Perú: Editorial Calandria
- Azqueta, D., Ferreiro, A. (1997) *Análisis Económico y Gestión de Recursos naturales*. España: Alianza Económica
- Babini, J (1967) *Ciencia y tecnología (breve historia)*. Argentina: Columba
- Bahr, E. (1975) Tarea e importancia de los medios en los países en desarrollo.
Carta a Nuestros Amigos. Friedrich - Ebert - Stiftung (Alemania) N° 46: 20-21. Noviembre.
- Baran y sweezy. (1968) *El capital monopolista*. México: Editorial Siglo XXI
- Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: Ed. G. Gilí

Barre, R. (1975) *El desarrollo económico*. México: Fondo de Cultura Económica

Batten, R. (1996) *Las comunidades y su desarrollo*. México: Fondo de Cultura Económica

Beltrán, L. (2002) *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo*. Documento presentado al III Congreso Panamericano, Argentina.

Beltrán, L. (2002) El Nuevo Orden Internacional de la Información. El sueño en la nevera. Chasqui 70, junio.

Beltrán, L. (2005) Un momento latinoamericano del Informe MacBride: sigue en pie el catecismo de utopías. Quaderns del CAC. XXV Aniversario del Informe MacBride, en *Comunicación y Sociedad* No 12, mayo-agosto

Beltrán, L. (2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Una evaluación sucinta al Cabo de cuarenta años". Orbicom

Beneyto, J. (1979) *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas

Boisier, S. (1994) *Sociedad civil, actores sociales y desarrollo regional*. Chile: ILPES, Doc. 95/14 Jun

- Boltvinik, J. (1999) *Pobreza y distribución del ingreso en México*. México: Editorial Siglo XXI
- Castellanos, M. (1996) *Economía y Medio Ambiente: Enfoque, reflexiones y experiencias actuales*. Cuba: Editorial Academia
- Castells, M. (1986) *Nuevas tecnologías, economía y sociedad*. España: Alianza Editorial
- Ceballos, H. (1998) *Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. México: Editorial Diana
- CLACSO (1987) *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: FELAFACS-GG
- Díaz & De Miguel (1998) *Diversidad biológica y cultura rural*. México: Mundi-prensa
- Dobb, M. (1976) *Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*. México: Siglo XXI
- Dos Santos, T. (1974) *La teoría del desarrollo y su crisis*. México: UNAM
- Duby, G. (1977) *Economía rural y vida campesina*. España: Editorial Península
- Engels, F. (1961) *Dialéctica de la naturaleza*. México: Editorial Grijalbo
- Field, B. (1996) *Economía y medio ambiente*. Colombia: Mcgraw-Hill

Franco, R. (2001) *Sociología del desarrollo, políticas sociales y democracia.*

México: Editorial Siglo XXI

Gidens, A. (1999) *La tercera vía.* México: Santillana

Glynn y Heinke (1999) *Ingeniería ambiental.* México: Pearson educación

Gunder, F (1973) *América Latina. Subdesarrollo o revolución.* México: ERA

Gutiérrez, E. (1994) *Economía, teoría e historia: la CEPAL y los estilos de desarrollo.* México: Editorial El Caballito

Hancock, A. (1981) *Planificación de la comunicación para el desarrollo.*

Ecuador: CIESPAL-UNESCO

Herrera & Morales (1996) *Factores ambientales y estilos de desarrollo.* México:

Editorial Trillas

Horkheimer, M. (1973) *Teoría crítica.* España: Barral

(1969) *La función de las ideologías.* España: Taurus

ILPES (2002) *Guía para la presentación de proyectos.* México; Edit. Siglo XXI

INEGI (1999) *Anuario Estadístico del Estado de Veracruz.* México: Editora del

Gobierno del Estado de Veracruz.

Kaplún, M. (1987) *El comunicador popular*. México: Ed. Humanitas

Kottac, C. (1999) *La cultura y el desarrollo económico*. España: Paidós

Lamberton, P. (1977) *La economía de la información y del conocimiento*.
México: Fondo de Cultura Económica

Lenin, V. (1975) *El imperialismo, fase superior del capitalismo*. Rusia: Editorial
Progreso

Llanes, J. (1999). *Políticas Económicas Ambientales: El caso
Contaminación*. Cuba: Editorial Ciencias Sociales.

López, C. (2002) *Introducción al conocimiento del medio ambiente. Universidad
para todos*. Cuba: Editorial Academia

Ludevid, M. (2000) *El cambio global en el medioambiente*. México: Alfaomega

Marcuse, H. (1968) *Eros y civilización*. España: Seix-Barral

Marques de Melo, J. (1991) "UNESCO, NOMIC y América Latina. De la Guerra
Fría al espíritu de buena voluntad de McBride", en *Comunicación y
Sociedad*, núm. 12, mayo-agosto.

Marquês de Melo, J. Morais, C. & Gobbi, Ma. (2006) *Regionalização Midiática:*

Estudos de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Brasil: Editora Sotese

Martínez, J. & Schlupmann, K. (1991). *La Ecología y la Economía*. México: Fondo de Cultura Económica.

Marx y Engels, (1966) *Obras Escogidas*. Rusia: Editorial Progreso

Marx, C. (1970) *El capital tomo I*. México: Fondo de Cultura Económica,

Masera & Astier (2000) *Sustentabilidad y manejo de recursos naturales*. España Multimedia ambiental

Mastrini, G. (2005) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Argentina: La Crujía

Mattelart, A. (1998) *Comunicación-mundo*. España: Editorial Siglo XXI
 (1977) *Multinacionales y sistemas de comunicación*. España: Siglo XXI
 (1994) *Los nuevos escenarios de la comunicación internacional* España: Centre D` Investigacio de la Comunicacio

Mauro, R. (1974) *La crisis del desarrollismo*. México: Editorial El Caballito

Moragas, M. (1985) *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II. España: Gustavo Gilli

Municipios de Veracruz (1988) *Colección Enciclopedia de los Municipios de México*. México: Talleres Gráficos de la Nación

Negroponte, N. (1995) *Mundo digital*. España: Ediciones

Nevel & Wright (1999) *Ciencias ambientales, ecología y desarrollo sostenible*.

México: Pearson educación

Núñez, L. & Solís Wright (1999) *Ciencias ambientales, ecología y desarrollo sostenible*. México: Pearson educación

Padilla, E. (1969) *México desarrollo con pobreza*. México: Editorial Siglo XXI

Prieto, D. (1980) *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México:

Edicol

(1990) *Diagnóstico de comunicación*. Mensajes, instituciones, comunidades. Ecuador: Ciespal

(1999) *La comunicación en la educación*. Argentina: Ediciones CICCUS- La Crujía

(1995) *Mediación de materiales para la comunicación rural, Serie Comunicación Rural*. Argentina: INTA

(1994) *Introducción a la comunicación rural, Serie Comunicación Rural*. Argentina: INTA

(2000) *Comunicación, Universidad y Desarrollo*, Ediciones CICCUS-La Crujía, Buenos Aires

Ramos, N. (2007) Políticas de comunicación para las culturas populares en México (1978-2006). El caso de la Dirección General de Culturas Populares: UNAM tesis no publicada.

Raymond, V. (1963) *El dilema del desarrollo económico de México*. México: Editorial Diana

Reading A. (1982) *Vecinos distantes*. México: Siglo XXI

Reyes Matta (1983) Comunicación alternativa y búsquedas democráticas. México: ILET-Fund, Friedrich Ebert

Rodríguez, O. (1991) La teoría del subdesarrollo de la CEPAL. México: Editorial Siglo XXI

Rodríguez, P., Villamizar, C. & Espinal, C. (1987) Una estrategia de comunicación para la transferencia de tecnología : Participación activa de grupos de pequeños productores. Colombia: ICA-JUNAC

Romero, C (1997). *Economía de los recursos ambientales y naturales*. España: Alianza Económica

Rosario, F. (1987) Abriendo los caminos para la comunicación del pueblo. República Dominicana : Ediciones CEDEE

Rostow, W. (1958) *Las etapas del crecimiento económico*. México: Fondo de

Cultura Economica

Schramm, W. (1965) Desarrollo de la comunicación y desarrollo económico.

Costa Rica: IICA

Simpson (1980) Comunicación alternativa y cambio social I, América Latina.

México: UNAM

Smith, A. (1970) *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. México: Fondo de Cultura Económica

Sunkel, O. (1970) El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo.

México: Editorial Siglo XXI

Sweezy, P. (1960) *Teoría del desarrollo capitalista*. México: Editorial Siglo XXI

Urquidi, V. (1996) *México en la globalización, condiciones y requisitos de un desarrollo sustentable y equitativo*. México: Fondo de Cultura Económica

Viola, A. (1999) La crisis del desarrollismo y el surgimiento de la antropología del desarrollo. España: Paidós

LINKOGRAFÍA

www.eumed.net/mailman/listinfo/envi (2007)

www.solvayiberica.es/desarrollosostenible decada 70

www.nodo50.org/derechosparatodos/ DerechosRevista/

Ferrete, Carmen. et al. La problematicidad del desarrollo sostenible.
<http://www.xtec.es/mhontori/desosten.html>.

Gallastegui, Carmen (2003). "Ecología, medio ambiente y mercado". Accesible en
<http://www.Ecologíaymedioambiente.htm>.

<http://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpspan.pdf>

www.nodo50.org/derechosparatodos/ DerechosRevista balance

www.peruecologico.com.pe/lib

www.eclac.cl/dmaah

http://64.233.167.104/search?q=cache:C5i7ILIT9wQJ:www.nuso.org/upload/articulos/242_1.pdf+Pol%C3%ADticas+de+Comunicaci%C3%B3n+en+Am%C3%A9rica+Latina,+Bogot%C3%A1,+1974&hl=es&ct=clnk&cd=3&gl=mx&lr=lang_es

<http://www.vivalaradio.org/medios-comunicacion/autores/freire.html>

http://www.wacc.org.uk/wacc/publications/media_development/2005_4/pensar_la_comunicacion_desde_america_latina

<http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lakellogg/lasId-540.html>

<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias/2004/asepecsumayor10.html>

<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/perfis%209-2.htm>

http://www.conapo.gob.mx/miq_int/03.htm

<http://www.tierramerica.org/agua/contrapunto3.shtml>

http://es.wikipedia.org/wiki/Dictadura_militar

http://www.cadtm.org/article.php3?id_article=2123

<http://www.cubaminrex.cu/Multilaterales/politicos/MNOAL%20INTRO.htm>

<http://www.amarc.org>

<http://www.uv.mx/universo/201/ser/ser12.htm>

<http://www.aler.org.ec/>

<http://www.dgeti.sep.gob.mx/site/lanzador.phtml?idcont=255>

www.esvirtual.com/xico/xicow.html

http://www.inafed.gob.mx/wb2/municipios/30092_Medio_Fisico

<http://edu.iportal.com.mx/dir/zona/ver/xico/>

http://sesver.ssaver.gob.mx/portal/page?_pageid=693,1&_dad=portal&_schema

<http://www.coyopolan.com.mx/interes.html>

http://www.inafed.gob.mx/wb2/municipios/30092_Cultura

<http://www.geocities.com/Athens/Delphi/8644/pma.html>

calvelo@filo.unt.edu.ar

<http://www.fao.org/sd/DOdirect/DOspaB05.htm>

http://64.233.167.104/search?q=cache:ovddCMsrCJ0J:www.rlc.fao.org/prior/de+srural/pdf/capacita.pdf+Se+define+como+la+integraci%C3%B3n+de+la+sabidur%C3%ADa+tradicional+con+el+conocimiento+cient%C3%ADfico+moderno&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=mx&lr=lang_es

<http://www.ecoturismolatino.com/esp/ecoviajeros/alternativo/articulos/turalternativo.htm>

<http://www.planeta.com/ecotravel/mexico/strategy/ecoturismohcl.html>

<http://www.jornada.unam.mx/2005/feb05/050216/048n1soc.php>