

Comunicación, participación y ciudadanía: elementos de la comunicación para el desarrollo en el Proyecto Jóvenes Comunicadores (Pernambuco - Brasil)

Manuela Rau de Almeida Callou

Estudiante de Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación

Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

Resumen

Este artículo tiene como finalidad describir y discutir la comunicación para el desarrollo, poniendo de relieve el proyecto del Centro de Mujeres del Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco, Brasil, llamado Jóvenes Comunicadores. Por lo tanto, hacemos referencias a una concepción de la comunicación para promover ciudadanía, donde la participación de la comunidad y la utilización de estrategias de comunicación son aspectos fundamentales para la producción de mudanzas sociales. Este es nuestro concepto de la comunicación para el desarrollo: una comunicación aplicada al desarrollo democrático.

Palabras-clave: comunicación, desarrollo, participación

1. Una comunicación para desarrollar ciudadanía y participación social

Desde la segunda mitad del siglo XX, el tema de la comunicación para el desarrollo ha estado en las discusiones teóricas y en los planes de desarrollo de organismos nacionales e internacionales. Aunque la concepción del tema ha cambiado, pues también evoluciona de acuerdo con los aspectos sociales y políticos, consideramos que, actualmente, el contexto de la comunicación está siendo más utilizado para informar, integrar y ejercer ciudadanía. Ciudadanía entendida en la perspectiva de la participación de la gente en los procesos de decisión y de cambios producidos a partir de su actuación.

De esta manera, los diversos problemas que afectan a la humanidad, como el hambre, la falta de información, el desempleo, la poca disponibilidad de acceso a las nuevas tecnologías, entre otras, son problemas globales / locales, donde se articulan soluciones para que estas situaciones puedan cambiar y favorecer el bienestar y la participación de la población. UNICEF y FAO, por ejemplo, son organismos que

desarrollan proyectos destinados a una mayor colaboración al desarrollo de países que lo necesitan, practicando una comunicación más direccionada hacia el cambio de actitudes. Por otra parte, la autora Sujatha Sosale (2003), profesora del departamento de comunicación de la Universidad de Georgia, afirma que la comunicación está expresada en el discurso dominante, que generalmente está relacionada con el poder, pues las grandes empresas quieren proporcionar estrategias de comunicación y desarrollo para mejorar también su imagen en el mercado, como una empresa socialmente responsable. El capitalismo está basado en estas características, que se respalda en el poder y en el acumulo de riquezas. Pero, ¿cómo repartir estas riquezas y proporcionar un mundo más justo y solidario?¹ Y ¿cómo proporcionar acceso a los excluidos de información, en un mundo en que información es base de poder? Estas son algunas de las cuestiones que aún no hay respuestas, pero se están buscando articulaciones para disminuir estos problemas.

En el siglo XXI, se vienen descubriendo movimientos en busca de la solidaridad, de la cooperación y de la cohesión social, expresados desde la sociedad del conocimiento. Las empresas y organizaciones sociales tienen la posibilidad de construir estrategias de desarrollo no solo en comunidades, pero como señala la referida autora (2002, p. 6), como también de utilizar la comunicación para desarrollar naciones. La comunicación, utilizada de forma transparente a través de los aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, puede proporcionar cambios en la mentalidad de las personas. Las nuevas tecnologías, en este proceso, también son instrumentos utilizados para una comunicación más efectiva, pudiendo también contribuir para el desarrollo socio-cultural. Sin embargo, el individuo debe ser consciente de las transformaciones que ocurren en su sistema social, no solo en relación con la importancia de los cambios, sino con su utilización para la mejoría de su calidad de vida.

Jan Servaes (2003) afirma que cada vez es más importante intercambiar y utilizar la comunicación para promover el desarrollo. Según el autor, en el contexto del desarrollo, la comunicación es más utilizada, mediante la divulgación de mensajes que motiva a las personas a apoyar los proyectos orientados hacia el desarrollo. Por ejemplo, podemos citar que, para informar a la población sobre programas de nutrición y salud, son utilizados determinados instrumentos de comunicación para informar y movilizar a estas personas para que acepten la

1

No es objetivo de este artículo discutir la distribución de riquezas, pero consideramos importante hacer referencia a este aspecto en el texto.

información transmitida por los folletos, afiches, radio y televisión y que la practiquen para su propio bienestar. Consideramos que la comunicación puede ser utilizada para el desarrollo de una comunidad, contribuyendo para el cambio social, a través de la utilización de sus estrategias para alcanzar los objetivos propuestos. Los medios de comunicación, así, asumen un importante proceso en el desarrollo de proyectos, pues la radio, la televisión, Internet, entre otros medios, pueden ser utilizados para facilitar el aprendizaje de la comunidad, desarrollando estrategias que motiven algún cambio de actitud. Además, si la población tiene voz activa en este proceso, participando en los momentos de implantación de los cambios y estando informada, este proceso se convierte en más fácil para ser adoptada una transformación. La comunicación, así, es utilizada dentro de un papel social y político, proporcionando oportunidades de participación y de desarrollo de la población.

2. ¿Cómo entender la comunicación para el desarrollo?

Abordar el tema de comunicación y desarrollo conlleva la necesidad de aclarar sus conceptos. En el siglo XX, surgen teorías que consideran la comunicación de distintas maneras y el desarrollo también entendido y practicado de formas distintas. Aunque sabemos que estos paradigmas no se extinguen para empezar otro, sin embargo, hay la predominancia de alguno sobre los demás en determinados tipos de proyectos. Consideramos necesario hacer una recapitulación de estos conceptos para que podamos identificar el panorama actual y percibir su evolución histórica y social. Además, con estos datos, será más propicio el análisis del proyecto Jóvenes Comunicadores. De acuerdo con Alfonso Gumucio-Dagron (2004), exponemos, de forma muy resumida y haciendo una recapitulación histórica, las principales características de cómo se encuentra el tema.

En el contexto de expansión de mercados, después de la Segunda Guerra Mundial, podríamos decir que la comunicación actuaba como una *información manipuladora de mercado*, en la tentativa de reactivar la industria del pos-guerra. En América Latina, los resultados de esta expansión y el surgimiento de grandes grupos de comunicación, Televisa y Globo, empezaron a suceder a fines de los años 60. Este hecho sigue sucediendo actualmente, incluso con la finalidad de usar la comunicación para manipular los gustos de los individuos y las conciencias, con el objetivo mayor de alcanzar lucros. La

comunicación utilizada como publicidad, creando maneras de hacer con que el consumidor compre determinado tipo de producto o haga determinado tipo de servicio.

Posteriormente, la idea de que los países que no eran desarrollados deberían buscar su desarrollo, a partir de experiencias de los países desarrollados, dispuestos a compartir sus conocimientos y su tecnología a los más pobres, llegase a otro concepto de la comunicación, como una *información asistencialista o difusionista*, en los años 50. Se creía que la difusión de innovaciones, tanto aplicada a las nuevas técnicas de planificación familiar, de la educación, de nuevas tecnologías en el sector agrario, entre otros, proporcionaría la modernidad de la sociedad y el progreso. Se intentaba, a partir de estos hechos, disminuir el analfabetismo, los problemas del control de la natalidad y aumentar la producción de los campesinos.

Sin embargo, esta información no busca el diálogo con las poblaciones; la comunicación, en este período, era utilizada como un instrumento de transferencia de ideas y principalmente tecnología, con la justificación de que los países desarrollados saben lo que conviene a los subdesarrollados. De esta manera, el desarrollo está entendido como crecimiento económico, que, para Wilbur Shramm (1970), constituyen la inversión nacional y el aumento de la productividad en un país. Las sociedades tradicionales, por consiguiente, deben modernizarse para alcanzar el crecimiento económico.

En los años 60, empiezan a surgir las teorías de la dependencia, donde los organismos de cooperación internacional, como UNESCO, FAO, entre otras, defienden el derecho a la información y la adopción de estrategias de comunicación para el desarrollo. Es el momento de las luchas sociales, con la finalidad de democratizar la comunicación y de la actuación de los campesinos, indígenas, obreros, mujeres, artistas, intelectuales, asociaciones cristianas de base, y más actualmente, de los movimientos sociales, los derechos humanos. Tal y como señala Gumucio-Dagron (2004), *“El planteamiento reconoce la importancia del saber local, de la tradición y de la cultura, aunque no logra trasladar el centro de gravedad de las decisiones”*. Sin embargo, ya se empieza a tratar y a utilizar la comunicación no solo como finalidad de publicidad, sino también como un *instrumento* de todos, en una perspectiva de mayor diálogo, entendida también como un derecho de todos, en que se valora la cultura local y la

educación. El desarrollo, de esta manera, está entendido en este contexto, de luchas políticas en busca de los objetivos, de la democratización.

Y a lo largo de esta experiencia, emerge la *comunicación para el cambio social o desarrollo*, “(...) como respuesta a la indiferencia y al olvido, rescatando lo más valioso del pensamiento humanista que enriquece la teoría de la comunicación.” (Gumucio-Dagron, 2004). Por lo tanto, la comunicación tiene una propuesta dialogica y participativa, en las comunidades de base, intentando incidir en los niveles de la sociedad. A partir de los años 80 hasta el período actual la *comunicación* pasa a ser concebida como un *proceso de interacción-acción para el desarrollo*. Acciones son desarrolladas para favorecer una mejor calidad de vida y de justicia social, donde la comunicación asume un papel de agente facilitador del desarrollo de las comunidades humanas a través de la democratización de la participación, considerando la identidad cultural de cada región, sus valores y creencias.

En esta perspectiva, Luis Ramiro Beltrán (2001) considera que, entre los conceptos de comunicación para el desarrollo, hay tres que se debe explicar: la *comunicación de desarrollo*, la *comunicación de apoyo al desarrollo* y la *comunicación alternativa para el desarrollo democrático*. La primera considera que los medios de comunicación, en esencia, tienen la capacidad de crear el ambiente para el cambio social, mientras que la *comunicación de apoyo al desarrollo* es la noción de que la comunicación es clave para desarrollar los proyectos de desarrollo, sea masiva o no. En cuanto a *comunicación para el desarrollo democrático* significa la participación de la gente en los medios masivos o interpersonales, en busca de justicia social y equilibrio de informaciones y oportunidades para todos. Consideramos que esto es el concepto en que se desarrolla actualmente los planes de comunicación para el desarrollo, ya que se busca una interacción con la población de base intentando para nuestro trabajo. Nos parece que el concepto desarrollado por Schramm, aunque en los años 70, aún repercute actualmente:

Desarrollo económico exige una transformación social. Y una transformación social es, básicamente, un conjunto de cambios humanos – educación e información de personas, cambios de valores y de actitudes, relaciones humanas, costumbres, comportamiento social en la pauta de revisión y de reformulación (Schramm, 1970, p. 32).

El Internet también aparece en este proceso, pues existe para el propio desarrollo de la sociedad y para la sociedad, siendo el motor principal de nuestra nueva era de la comunicación en red. Gabriel Kaplún (2005, p. 32) afirma que el mero acceso a las nuevas tecnologías no es determinante en la resolución de las desigualdades sociales, “(...) de la cual la brecha digital es sólo una expresión más”. Así que proporcionar el acceso al ordenador e Internet a las personas no es un indicador de desarrollo, sino principalmente fomentar las habilidades necesarias para su efectiva utilización. Esto se traduce en un fortalecimiento de las actividades económicas, del nivel educacional, de la comunicación con otros grupos, de la auto-estima de los integrantes, en fin, en una mejora de la cualidad de vida. De esa manera, las TICs se convierten en herramientas que contribuyen al desarrollo social, intelectual, económico y político de la persona (Cruz, 2004, 13). La inclusión digital alcanza, así, los objetivos esperados.

La comunicación busca el desarrollo de la ciudadanía y la participación política de la gente. Observamos que delante de este nuevo contexto de la comunicación, el desarrollo empieza a ser entendido también mediante una mejor distribución de los beneficios económicos y sociales, una información y comunicación más participativa, un desarrollo, como añade Servaes (2003, p. 11), más aplicado a campos de necesidades básicas, ecológico, democracia participativa y cambios estructurales.

Es importante percibir que todos estos conceptos sobre comunicación y desarrollo pasan por un proceso, estando relacionados con los aspectos políticos y sociales en que vivimos y que en la nueva forma de entenderla y practicarla pueden coexistir otro entendimiento sobre el tema, ya que los paradigmas siguen existiendo, pero con menos actuación. Aunque sabemos que actualmente la comunicación intenta desarrollar ciudadanía, aún hay muchos problemas enfrentados, pero el resultado de proyectos, como el Jóvenes Comunicadores, realizado en la ciudad de Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco, Brasil, demuestra que hay posibilidad de que la comunicación sea aliada en el proceso de desarrollo.

3. Experiencia de caso: Proyecto Jóvenes Comunicadores

Entre varias experiencias de proyectos de comunicación para el desarrollo, elegimos para discusión el proyecto Jóvenes Comunicadores porque consideramos un ejemplo bien-sucedido de la práctica de la comunicación como un ejercicio de ciudadanía, además de estimular el aprendizaje de los jóvenes en los programas

radiofónicos, tanto cuanto en el conocimiento técnico, como en las pautas de discusión e información a ser propuestos.

3.1 Descripción

El proyecto *Jóvenes Comunicadores* surgió como una propuesta, del Centro de Mujeres del Cabo, de estimular el protagonismo juvenil, a través de divulgación de informaciones sobre la Declaración de Derechos de los niños y jóvenes en las escuelas públicas y en las radios comunitarias. La comunidad donde está inserido el Centro de Mujeres hace parte de la municipalidad de Cabo de Santo Agostinho, en la provincia de Pernambuco, Brasil². En 1999, había una gran demanda de jóvenes en la comunidad, y en el año 2000, las radios comunitarias se fortalecían. De esta manera, la organización creó el proyecto con la principal finalidad de promover la calificación y la movilización de los jóvenes, para que tengan voz activa en el sistema social del cual forman parte. La UNICEF, POMAR (USAID PARTNERS) son algunas de las agencias de cooperación internacional que comparten el mismo campo de lucha, constituyéndose en la cooperación política del Centro de Mujeres. Además, también son establecidas cooperaciones con empresas privadas y el centro dispone de alguna ayuda del fondo público.

Para integrar a los jóvenes en el proyecto, empezaron por un curso de Comunicación Comunitaria, para que con este conocimiento los jóvenes se sintieran más capacitados en cuanto a información y su propia actuación en actividades posteriores. El proceso de selección de los alumnos para participar de las clases se daba a través de una hoja de preinscripción, una redacción en que explicasen porque les gustaría hacer parte del proyecto y una locución. Se elegían entre los inscritos los que más se encuadrasen en la propuesta del proyecto, los que tuviesen también la edad entre 14 y 22 años y los que estuviesen estudiando en escuelas.

El primer curso estuvo compuesto por 60 alumnos, distribuidos en dos turnos, con cuatro horas diarias de aprendizaje teórica, en que se compartieron conocimientos sobre informática, con el apoyo técnico del SENAI, derecho, ciudadanía, sexualidad,

2 El Centro de Mujeres surgió en 1984, como una asociación de mujeres, debido a falta de representatividad en la comunidad, ya que solo los hombres ocupaban estos espacios. Así que las mujeres del municipio de Pernambuco, Cabo de Santo Agostinho, que ya tenían experiencias en luchas comunitarias y en asociaciones de barrios, se unieron para ejercer su ciudadanía y liderazgo, creando, así, la asociación. Posteriormente, decidieron que sería una ONG, organizándose jurídicamente. Para mayores detalles, véase http://www.mulheresdocabo.org.br/p2_prof_jovens.html.

estatuto de los niños y de los adolescentes, teorías de comunicación, radios comunitarias. Los profesores eran reporteros, consejeros, tutelares, y arte-educadores y el curso se impartía por la mañana y por la tarde, con el objetivo principal de multiplicar informaciones y no de formar profesionales de radio. Una forma de motivar la participación de los jóvenes fue a partir de una ayuda simbólica, como billetes de transporte y alimentación para las actividades del proyecto. Sin embargo, los que tenían funciones específicas, como los responsables por el estudio de grabación o los que estaban, todos los días, durante 4 horas, produciendo los programas, recibían una beca. Pero estas actividades desarrolladas no son percibidas como un trabajo, y sino como acciones complementarias a la escuela. Paralelamente, también fueron ofrecidos curso de capacitación en informática, con la finalidad de que los alumnos aprendan a manejar el ordenador para su uso personal y principalmente, profesional.

La próxima etapa después del curso teórico, son las clases prácticas en radios comunitarias (difusoras), durante 3 meses, en las comunidades de su entorno, como Charneca, Ponto dos Carvalhos, COAB, Barra de Sao Francisco, entre otras. Resaltamos, entre ellos, el programa Joven en Acción, que sucede, diariamente, durante 1 hora y en directo, en la Radio Calletas, con el objetivo de difundir informaciones que consideran como prácticas e importantes para la comunidad que atienden. De esta manera, hay el contacto con la comunidad para que se sepa que tipo de informaciones necesita la misma, qué tipo de temas son importantes para ellos y que pueden reivindicar en la comunidad. Después de este momento, los alumnos producen un programa radiofónico, poniendo en práctica todo lo que aprendieron con relación a los conocimientos teóricos y prácticos.

A partir de ahí, los alumnos ya tienen la experiencia y la capacidad de producir, por si mismo, 1 hora de programa diario, en vivo, en la Radio Comunitária del municipio de Cabo de Santo Agostinho. No en vano, hay todo el apoyo institucional del Centro de Mujeres del Cabo, con relación al soporte técnico, discusiones sobre qué tipos de programas. Sin embargo, para que el programa sea presentado necesita la aprobación de la organización citada.

3.4 Desafíos

Como todos los proyectos de comunicación para el desarrollo, suceden problemas relacionados a su autogestión. Hemos seleccionado dos tipos de dificultades que consideramos que están más relacionados con el análisis de nuestra propuesta de

estudio. Como la mayoría de ellos tienen el apoyo financiero de organizaciones internacionales de desarrollo, cuando se termina la financiación, el proyecto no sigue desarrollándose.

En el Proyecto estudiado, los recursos fueron financiados, en la primer clase, por la Capacitación Solidaria y por el Pommar (USAID, Partners), mientras que en el segundo curso, fue la UNICEF quien lo patrocinó, en 2004. Aunque hubo momentos en que el proyecto se quedó sin patrocinio, como en 2002, las acciones desarrolladas no han dejado de realizarse. Como explica Ana Veloso, coordinadora de los Jóvenes Comunicadores: *“El proyecto siempre está con la sustentabilidad financiera sob riesgo, pero nunca ha tenido su sustentabilidad política en esta situación.”*

De esta manera, durante el transcurso del proyecto citado, se pueden desarrollar acciones para que cuando el tiempo del apoyo termine, la comunidad siga desarrollándose sola. Aunque sabemos que es una situación difícil de pasar en otros proyectos, las organizaciones de base deben estar preparadas para este desafío. Silvio Waisbord (2003, p. 73) ha sustentado su planteamiento sobre dos grandes desafíos que enfrentan la comunicación para el desarrollo: proyecto a escala mayor y sustentabilidad. Morris (2001), citado por Waisbord (2003, p. 73), afirma que después de algunas décadas de experiencias sobre comunicación para el desarrollo, parece que se sabe lo que funciona.

Pero, ¿qué es lo que funciona? Los proyectos comunitarios que presentan pocos resultados satisfactorios al nivel de nación, se convierten en temas importantes, principalmente para los patrocinadores, pues alcanzar los resultados obtenidos en otros proyectos relacionados a comunicación y participación no es tarea fácil, aún de acuerdo con Waisbord. Y queda la cuestión de si es posible repetir las estrategias, que han tendido logro, en relación a proyectos comunitarios de combate a enfermedades infecciosas, en una escala más grande. Aunque se sepa las acciones que pueden funcionar o no en determinado tipo de proyecto, es difícil saber si al ser aplicada determinada acción en un proyecto de más gran amplitud y de calidad similar, no se sabe si los resultados serán producidos de la misma forma.

Otro problema encontrado está relacionado con la sustentabilidad. La sustentabilidad tiene que ver con la continuidad de las acciones desarrolladas mientras son tocados los proyectos. Generalmente, cuando se terminan los plazos de aplicación de las acciones, las agencias internacionales y las organizaciones no-gubernamentales ya cumplieron su papel, de patrocinadores. Sin embargo, hay que proporcionar a la

comunidad atendida conocimientos adecuados de las acciones para que sigan desarrollándose.

Brautigam (2000), citado por Waisbord (2003, p. 74), explica que la falta de continuidad se convierte en un serio problema cuando la comunidad se convierte en dependiente de los patrocinadores. Añade que muchas veces, en lugar de hacer con que las comunidades se conviertan en independientes, las agencias hacen con que los proyectos “pertenezcan” a ellas, lo que no es verdad. Sin embargo, es importante saber que si el proyecto desarrollado depende, para su propio funcionamiento, de las agencias patrocinadoras y él no sigue adelante si termina la financiación, es algo importante que debe ser estudiado. ¿Hasta qué punto los proyectos de comunicación pueden seguir sin la actuación de la entidad patrocinadora? Será que es tan difícil la continuidad?

No obstante, el Proyecto Jóvenes Comunicadores, desde que surgió, sigue siendo sustentable, aunque haya pasado por algunos problemas con relación al financiamiento ya discutidos anteriormente. La gran cantidad de jóvenes que quieren participar del proyecto también se constituye en un problema, ya que la demanda es grande para un espacio pequeño, aunque se dan oportunidades a los que realmente quieren participar.

En las acciones desarrolladas, se nota, cada vez más, la independencia conseguida por los jóvenes actuantes en su escena de comunicación comunitaria, como la creación de un boletín informativo, el grafitaje, formación de organizaciones no-gubernamentales, realización de cursos con nuevos comunicadores, participación en encuentros y otras actividades relacionadas a la tecnología y a la educación. No en vano, sigue el desafío de lograr estas acciones y que la participación de ellos siga siendo efectiva, actuando como ciudadanos.

3.2 Impacto Social

El Proyecto Jóvenes Comunicadores, desde cuando surgió, ha tenido buenas prácticas y resultados. Incluso ganó dos premios: el primer de ellos fue el Premio Itaú-UNICEF 2001, habiendo conquistado el primer de los premios, en la categoría de Acciones Complementares a Escuela y el otro fue el Premio UNESCO 2001.

La participación de la comunidad es uno de los aspectos que consideramos más relevantes, en lo que concierne que la comunidad actúa en los temas que son trabajados en la radio de acuerdo con los problemas que existen en la comunidad. Hay siempre el contacto con la comunidad, para saber cuales son sus angustias, qué dificultades pasan y

principalmente, para discutir sobre la cuestión de la Declaración de Derechos de los niños y jóvenes. En su argumentación, Cicilia Krohling Peruzzo (1996, p. 172) cree que participar es una actitud política y educativa y aunque nuestra historia política brasileña tiene una actitud de no favorecer mecanismos de decisión de participación popular, nosotros aún estamos aprendiendo a desarrollar este hecho de participación en comunidades de base. Pedro Demo y Diaz-Bordenave, citados por la autora, señalan que la participación es una conquista y un largo proceso hasta ser consolidada, pero que se debe buscar mecanismos que promuevan expresiones populares.

Esta actuación de discutir y proporcionar información a través de la radio es un dato significativo, pues percibimos que este proyecto considera la comunicación como un derecho y como una actuación que promueve la participación de la comunidad en su propio desarrollo comunitario. Ante ello, tal y como señala Argelia Ferrer Escalona (2004), la comunicación adquiere una postura más horizontal, descentralizada y interactiva, desde el acceso a la comunicación como a su propio manejo. En la medida que esto sucede, la comunicación está siendo utilizada para la transformación social, ejerciendo ciudadanía en la población local. Tal y como señala Silvio Waisbord³ “(...) *la comunicación está lista para construir la comunidad, al lugar de servir apenas para transmitir información*” (Waisbord, 2003, p. 73).

La autonomía también se constituye en un rasgo significativo, ya que los jóvenes producen toda la estructura del programa radiofónico, recibiendo, al final del guión de radio producido, la orientación de la coordinación de comunicación. Así, verificamos que, en el Proyecto Jóvenes Comunicadores, los actores son los sujetos de acción, desarrollando sus capacidades intelectuales y de comunicación, tal y como señala Argelia Ferrer, en la medida en que la participación y la autonomía pueden “(...) *constituir al pueblo en el sujeto y protagonismo de su propia comunicación*” (2004, p. 102).

Además del beneficio de la radio, el proyecto también busca disminuir la brecha digital a través de la enseñanza de informática a las comunidades de su entorno. Se aspira resultados concretos, ya que algunos alumnos han conseguido trabajo por tener conocimientos en las tecnologías de informática. Pero la discusión aquí no está relacionada apenas al acceso a este medio, y si en saber utilizarlo para su beneficio social, como ha sucedido con los participantes del Proyecto.

A este respecto, Manuel Castells (1996) ha descrito sobre la importancia del conocimiento de estas nuevas tecnologías, puesto que estamos en la sociedad del conocimiento y de la red: las nuevas tecnologías establecen nuevas herramientas tecnológicas y que se necesita aprender a utilizarlas y hacer que aumente la capacidad de producción en general. En efecto, se hace necesario que la gente sepa utilizarla, pues estamos en una sociedad que tiene como característica el conocimiento y la interconexión con el mundo, a través de las tecnologías.

En consecuencia del Programa Joven en Acción, resulta el surgimiento de otros medios de comunicación en la comunidad para expresar sus ideas: uno de ellos fue la creación de un *boletín informativo*, con registro de textos de jóvenes que quisiesen hacer publicaciones sobre temas diversos, en 2004 y 2005. Este boletín era distribuido, en los espacios públicos, principalmente en las escuelas municipales, comunidades y eventos de juventud y comunicación, con una tirada mensual de 1000 ejemplares.

Otra acción puesta en práctica fue la creación de cursos en las escuelas sobre temas como abuso sexual, violencia, declaración de los derechos de los niños y jóvenes, etc. La Declaración ya estaba incluida en el programa Jóvenes en Acción, pero ahora fue ampliada en las escuelas, con la finalidad de promover el conocimiento y estimular a los alumnos a ejercer su ciudadanía. Cada curso dura 4 meses y son realizadas una media de 40 cursos. En 2003, fueron atendidas 10 escuelas⁴; en 2004 y 2005, el número fue reducido para 5 escuelas. En 2005/2006 también fue creado un mural en las escuelas, por los jóvenes y la equipe técnica.

No obstante, algunos alumnos de la primera clase del curso de Comunicación Comunitaria constituyeron organizaciones, como la ONG, que se llama *Centro de Actitud Social - CASC*; otros hacen parte de la incubadora de la Universidad social, otro alumno está en Portugal, trabajando con arte-educación. Estos son algunos ejemplos de cambios que se han sido producidos a partir de la aplicación del proyecto Jóvenes Comunicadores. Incluso también fue aprovechado los conocimientos de uno de los alumnos de la primera clase para ser monitor en el segundo curso, lo que contribuye en el reconocimiento del aprendizaje del individuo⁵.

4 La selección de las escuelas se da por los jóvenes comunicadores y la equipe del proyecto. Hay 300 alumnos y profesores/educadores involucrados con la propuesta.

5 Hemos realizado entrevista, en el día 20 de septiembre de 2005, con los jóvenes que hacen parte del proyecto y con los coordinadores del Centro de Mujeres del Cabo.

Este tipo de acción se respalda en lo que afirma Robert White⁶ con relación a una de las dimensiones del empoderamiento (*empowerment*), que es la sociedad civil. Su idea principal es sobre la importancia de la organización de las comunidades locales de base, sobre todo las de mujeres, y en el establecimiento de redes de comunidades locales. Estas acciones fueron posibles gracias al esfuerzo de la comunidad y de la participación efectiva de la gente no solo en la cuestión de proponer ideas, sino de practicarlas en el contexto de la comunicación para el desarrollo, contribuyendo para una mejoría de calidad de vida y de bienestar de la población local.

Conclusión

Ante estas discusiones, aunque seguiremos estudiando el tema, podemos exponer algunas ideas que consideramos importantes. Observamos que la comunicación para el desarrollo puede estar direccionada a cambiar cuestiones sociales y intentar resolver o mejorar algunos problemas, como las discriminaciones contra la mujer; reducción de índices de analfabetismo digital, a través de la capacitación de la gente en los nuevos conocimientos tecnológicos; disminución de índices de pobreza, con planes de acción, integrando la sociedad civil y el gobierno para que juntos puedan trabajar en esta causa; programas para reinsertar apropiadamente la población refugiada, desplazada y desarraigada en un entorno seguro y establecer para que puedan disfrutar de sus derechos como ciudadano y mejorar su calidad de vida en igualdad de oportunidades para la gente.

La comunicación para el desarrollo actúa en la promoción de los valores y estimula la participación de las personas en los procesos de decisiones comunitarias, la corresponsabilidad y autogestión en las políticas de atención a la brecha digital y a la pobreza, mediante el desarrollo, fomentando, prioritariamente, la inversión en la persona humana para su propio desarrollo. De esta manera, está entendida y conversada dentro del contexto de diálogo, de compartir conocimientos, actitudes y estimular acciones a ser desarrolladas. Dichas acciones deben estar de acuerdo con la realidad local estudiada, con sus manifestaciones históricas, artísticas y sociales, en un mundo cada vez más global y local al mismo tiempo.

Consideramos que entre los conceptos estudiados, el que se asemeja más a lo que está siendo desarrollado en el proyecto Jóvenes Comunicadores es de la

⁶ Informaciones concedidas en una entrevista realizada por Manuela Callou y Juciano Lacerda, en 23 de diciembre de 2005, en la oficina de Robert White, en la Universidad Gregoriana, Roma, sob el titular: Evaluaciones y perspectivas para la comunicación para el desarrollo: conceptos y experiencias de África y Latinoamérica. Estamos articulando la publicación de la misma, que ya está editada.

comunicación alternativa para el desarrollo democrático, como señala Ramiro Beltrán. Aumentar y equilibrar el acceso y la participación de las personas en los medios de comunicación, sean masivos o interpersonales, y proporcionar la justicia social, son aspectos observados en esta definición de comunicación para el desarrollo y practicados en el Proyecto Jóvenes Comunicadores. Aunque sabemos que es importante que las organizaciones estean dispuestas a ayudar al desarrollo del mismo.

Por lo tanto, es importante destacar que las empresas privadas, las ONG, las asociaciones y organismos internacionales son instituciones que deben estar preocupadas con este tema de comunicación y desarrollo ya que necesitamos utilizar la comunicación en esta práctica social, buscando proyectos sociales destinados a mejorar la calidad de vida y de bien-estar de las sociedades. Verificamos que hay la aplicación de proyectos sociales y de la comunicación para el desarrollo en el Proyecto Jóvenes Comunicadores, incluso se está desarrollando trabajos efectivos que demuestran la importancia del conocimiento y de la práctica de la comunicación basada en la participación ciudadana.

Sin embargo, tanto el acceso a la producción radiofónica y Internet no está relacionado a ciudadanía, que es la participación política y social de la gente en los procesos políticos existentes. Es necesario que la persona sepa utilizar las nuevas tecnologías para encontrar espacios en la sociedad, buscando siempre sus derechos y obligaciones y realizándose profesional y socialmente.

De esa manera, consideramos que el Proyecto Jóvenes Comunicadores está proporcionando resultados beneficiosos, en la medida que ayuda al desarrollo intelectual y social de la gente. Con los conocimientos adquiridos y con la práctica de los mismos, esas personas están más capacitadas para el mercado laboral, pero también es importante que sigan ampliando, cada vez más, sus conocimientos, ya que la sociedad es dinámica y necesita personas que estén listas para sobrevivir en la era del conocimiento y la red.

Bibliografía

- BELTRÁN, Luis Ramiro (1993). *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Disponible en: <http://www.comunit.com/la/pensamientoestrategico/lasth/lasld-754.html>, consultado el 26 de abril de 2006.
- CRUZ, R (2004). *O que as empresas podem fazer pela inclusão digital?* São Paulo: Instituto Ethos, 2004.

- CASTELLS, Manuel (1996). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. La Sociedad Red. v. 1. Madrid: Alianza.
- FERRER, Argelia Escalona (2004). *Comunicación para el desarrollo: historias y perspectivas*. Venezuela: Universidad de los Andes.
- GUMUCIO-DAGRON, Alfonso (2004). *El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social*. Disponible en: <www.geocities.com/agumucio/artmosqueteros.html>, consultado el 06 de mayo 2008.
- KAPLÚN, Gabriel (2005). *Aprender y enseñar en tiempos de Internet*. Formación profesional a distancia y nuevas tecnologías. Montevideo: CINTERFORT/OIT.
- PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (1996). Participation in Community Communication. In: SERVAES, Jan; JACOBSON, Thomas y WHITE, Shirley. *Participatory communication for social change*. London: Sage Publications.
- SERVAES, Jan (2003). *Approaches to development: studies on communication for development*. Paris: UNESCO.
- SOSALE, Sujatha (2003). The panoptic view: a discourse approach to communication and development. In: SERVAES, Jan. *Approaches to development: studies on communication for development*. Paris: UNESCO.
- SCRAMM, Wilbur (1970). *Comunicação de massa e desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento*. Tradução de Muniz Sodré e Roberto Lent. Rio de Janeiro: UNESCO.
- WAISBORD, Silvio (2003). Cinco idéias-chaves: coincidências e desafios na comunicação para o desenvolvimento. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. XXVI, n. 2, julho/desembro de 2003.