

**La constitución del sujeto académico del campo de la comunicación participativa
en América Latina**

César Augusto Rocha Torres

Doctorado en Comunicación

Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata

Director: Doctor Daniel Prieto Castillo

Codirectora: Doctora Cecilia Ceraso

Junio 1 de 2020

Universidad Nacional de La Plata

La Plata, Argentina

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi hijo Santiago, a mi esposa Aurora y a mi amigo y director Daniel, porque con ellos “hice camino al andar” en esta tesis.

Agradecimientos

Deseo agradecerles a las siguientes personas e instituciones, sin las cuales no hubiese podido culminar esta tesis doctoral:

- A mi hijo Santiago Rocha Veloza y a mi compañera, Aurora Veloza Cocomá, quienes estuvieron siempre presentes, con su compañía y su cariño, en este camino académico, social y político, y quienes fueron un enorme apoyo emocional para escribir y desarrollar esta tesis.
- A mi director Daniel Prieto, por comprometerse tanto con este trabajo, por su amistad por varios años, y por interaprender conmigo. Sin su ayuda no hubiese logrado culminar este esfuerzo.
- A mi codirectora Cecilia Ceraso por su amistad, su capacidad de interlocución para conmigo y por hacerme parte de su proyecto.
- A los colegas investigadores del campo de la comunicación participativa latinoamericanos que participaron de las entrevistas que se llevaron a cabo en esta investigación porque su aporte fue fundamental para comprender este campo.
- A los estudiantes, egresados y profesores de los posgrados estudiados por contribuir a la comprensión de la formación en este campo y por participar de esta investigación de una manera generosa.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- Al Doctorado en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata por haberme dado la oportunidad de formarme a este nivel y por haber llevado el Doctorado a Colombia para que muchos compañeros lograran alcanzar esta misma meta.
- A la Facultad de Comunicación de Uniminuto, en Colombia, por permitirme formarme a nivel doctoral y por darme las condiciones para ello.

Resumen

Esta tesis responde a la pregunta sobre cómo se han constituido los sujetos académicos del campo de la comunicación participativa, desde los subcampos científico y educativo en América Latina en las dos últimas décadas. Para responder ese problema se analizaron 120 ponencias de investigación, 12 documentos epistemológicos de posgrados de este campo, y se realizaron 35 entrevistas a investigadores del continente, diez entrevistas a docentes, diez a estudiantes y 14 a egresados de estos posgrados. Con esta información se hizo un análisis de la construcción epistemológica de este campo a lo largo de la historia, de la producción investigativa de la última década, y de la formación en ese campo en el presente siglo. Todo lo anterior para concluir que el sujeto de este campo se ha constituido en la práctica como activista, estudiante, docente e investigador en su relación con los capitales académicos, científicos y con las prácticas comunicativas participativas.

Palabras clave: campo, comunicación participativa, capitales

Contenido

INTRODUCCIÓN

1.	CAPÍTULO 1 LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA EN AMÉRICA LATINA. EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	15
	1.1 Justificación.....	16
	1.2 Presentación del problema de investigación.....	20
	1.3 Fundamentación del tema y del problema.....	22
	1.3.1 El debate sobre el campo.....	22
	1.3.2 El campo de la comunicación.....	28
	1.3.3 El campo de la comunicación participativa.....	32
	1.3.3.1 Los antecedentes y la perspectiva funcional/difusionista	34
	1.3.3.2 La perspectiva participativa de la comunicación.....	37
	1.4 Objetivos.....	47
	1.4.1 Objetivo General.....	47

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA	
1.4.2 Objetivos específicos.....	47
1.5 Metodología y técnicas.....	47
2. CAPÍTULO 2 EL ESTUDIO SOBRE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA.....	53
2.1 El campo de la comunicación en Latinoamérica en el siglo XX y la construcción del campo de la comunicación participativa.....	54
2.2 La investigación sobre el campo de la comunicación el desarrollo y el cambio social en el siglo XXI.....	60
2.2.1 La producción de conocimiento en el campo.....	60
2.2.2 La formación en el campo.....	69
2.3 Al final, unas conclusiones sobre la investigación y la formación en este campo.....	78
3. CAPÍTULO 3. EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA. LA CONSTRUCCIÓN EPISTEMOLÓGICA.....	80
3.1 El debate sobre el campo.....	82
3.2 La comunicación como campo.....	84
3.3 Las concepciones sobre la comunicación dentro del campo...	87
3.4 El campo de la comunicación participativa	89
3.4.1 Las prácticas comunicativas transformativas.....	90
3.4.2 Los antecedentes históricos del campo.....	97
3.4.2.1 La perspectiva funcionalista/difusionista.....	98

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

3.4.2.1.1	Una comunicación de desarrollo, para el desarrollo o de apoyo al desarrollo.....	99
3.4.2.1.2	La difusión de innovaciones.....	108
3.4.3	La epistemología del campo de la comunicación participativa.	110
3.4.3.1	La comunicación popular.....	111
3.4.3.1.1	Los “sin voz” pero “con voz”.....	111
3.4.3.1.2	La comunicación popular como culturas populares.	114
3.4.3.1.3	La comunicación popular, alternativa y comunitaria.	116
3.4.3.1.4	La comunicación popular como procesos ciudadanos de transformación del poder.....	118
3.4.3.2	Una comunicación para “otro” desarrollo, el cambio social y la comunicación para el buen vivir.....	120
3.4.3.2.1	La comunicación horizontal y democrática.....	122
3.4.3.2.2	La comunicación en el desarrollo.....	125
3.4.3.2.3	La comunicación y el cambio social.....	129
3.4.3.2.4	La comunicación para el buen vivir.....	132
3.4.3.3	La educomunicación.....	136
3.5	Lo que queda.....	141
4.	CAPÍTULO 4. LA INVESTIGACIÓN EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA. LA CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	146

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA	
4.1 El campo científico y la reflexividad epistemológica.....	147
4.2 La metodología utilizada.....	150
4.3 La construcción del objeto de estudio.....	151
4.3.1 El interés y el capital cultural en juego.....	151
4.3.2 Las temáticas sobre las que se investiga.....	157
4.3.3 ¿De dónde surgen estos problemas de investigación?.....	163
4.3.4 Las metodologías utilizadas.....	166
4.3.5 El capital científico y el habitus científico.....	172
4.3.6 Las tensiones.....	183
4.3.7 Las presiones.....	185
4.4 Algunas conclusiones.....	187
5. CAPÍTULO 5 LA FORMACIÓN EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA. EL SENTIDO CONSTRUIDO EN EL PROCESO FORMATIVO.....	191
5.1 La formación en el campo de la comunicación participativa...	192
5.2 Metodología.....	195
5.3 La situación actual de la universidad en el mundo y en América Latina.	195
5.4 La formación en el campo.....	200

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

5.4.1 Relaciones entre la ideología institucional y las culturas académicas del campo.....	200
5.4.2 Relaciones entre el capital académico y los habitus comunicacionales.....	215
5.4.3 Relaciones entre el capital académico y las prácticas de enseñanza y aprendizaje.....	226
5.5 Una reflexión sobre la reflexión en el campo de la educación..	231
6. CAPÍTULO 6 CONCLUSIONES. LOS SUJETOS Y EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA.....	233
6.1 Los antecedentes formativos e investigativos en el campo....	233
6.2 Las apuestas epistemológicas.....	236
6.3 La investigación en el campo.....	240
6.4 La formación en este campo.....	242
6.5 Al final, una reflexión sobre lo concluido.....	244
REFERENCIAS.....	248
LISTADO DE FIGURAS	
Figura 1 El campo: entre prácticas y saberes.....	97
Figura 2 El árbol epistemológico de la comunicación participativa.....	144
Figura 3 Temáticas estudiadas por los investigadores.....	159
Figura 4 Temáticas por congreso.....	161

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Figura 5 Las metodologías de investigación.....	167
Figura 6 El capital científico.....	173
Figura 7 Capital académico en las investigaciones.....	176
Figura 8 Capital académico de los posgrados estudiados.....	217

ANEXOS:

Anexo 1 Entrevistas a investigadores latinoamericanos.....	271-302
Anexo 2 Entrevistas a estudiantes, egresados y profesores de los posgrados estudiados.....	303-337
Anexo 3 Ponencias presentadas en el Grupo Temático de Comunicación para el Cambio Social y en el Grupo Temático de Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana de los congresos de ALAIC de 2014, 2016 y 2018	338-344
Anexo 4: Documentos epistemológicos de los 12 posgrados latinoamericanos estudiados.....	345

Introducción

Esta Introducción de la tesis es más bien una presentación de la misma desde una mirada muy personal y particular.

La tesis lleva el siguiente título: “La constitución del sujeto académico del campo de la comunicación participativa en América Latina”. Se llama así porque yo mismo me he hecho como un sujeto académico de este campo de la comunicación desde hace más de 30 años.

En lo personal elegí este camino porque llevo casi tres décadas de vida universitaria impulsando la participación en los procesos educativos y comunicativos, porque me he comprometido con experiencias de educación no formal, porque he estado involucrado en el uso de medios en la escuela, porque he realizado investigaciones dentro del campo que estudio en mi tesis, porque he publicado, porque he orientado un pregrado y un posgrado, como director de carrera y como docente, porque he sido tutor de diferentes tesis en diferentes niveles y momentos, y porque he dedicado mi vida a acompañar y dinamizar procesos comunicativos participativos.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Quise hacer esta tesis porque siento que es el momento de realizar una investigación sobre un campo de la comunicación, como es el de la comunicación participativa, por la madurez alcanzada por los investigadores, profesores y estudiantes, por la producción académica de muchos investigadores del continente latinoamericano y por el crecimiento en la formación en este campo, y porque he estado en este proceso como activista, aprendiz, maestro y estudioso de este campo.

Por eso el lector de esta tesis encontrará una serie de caminos en los que se ha construido el campo de la comunicación en nuestro continente.

En el primer capítulo se presentan los elementos básicos para la comprensión de esos caminos, como el planteamiento del problema, los objetivos de la tesis, los elementos conceptuales más relevantes en los que se sustenta el trabajo, y el enfoque y las técnicas utilizadas para alcanzar esos objetivos trazados.

El segundo capítulo está dedicado a presentar un panorama de la investigación y la formación en este campo desde el siglo pasado hasta el presente. Este recorrido histórico de las ideas se basa en los antecedentes investigativos y formativos que fueron perfilando la constitución de un campo de estudios como éste.

En el tercer capítulo se presentan las apuestas epistemológicas por las que ha caminado este campo. Aquí es fácil observar cómo se han ido tejiendo conceptos y teorizaciones que responden a prácticas y procesos comunicativos participativos y transformativos, con nociones que provienen de los estudios sobre la comunicación o se derivan de disciplinas diferentes a ésta. Esas apuestas epistemológicas se asemejan a un árbol: provienen de un mismo tronco, la comunicación participativa, pero poseen varias ramas y hojas diferentes, como la comunicación popular, la comunicación para “otro”

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

desarrollo y la educomunicación, que siempre terminan tocándose unas a otras, y provienen de múltiples y entrelazadas raíces conceptuales y prácticas.

En el cuarto capítulo se presenta un estudio sobre la investigación en este campo. La investigación se asume aquí como un proceso de construcción de conocimiento. En ese proceso se constituye el “objeto de estudio”. A lo largo de este capítulo se presenta un análisis de cómo se estructura ese objeto: con qué metodologías se hace, a partir de cuáles capitales científicos, basados en un capital académico, tomando en cuenta unas temáticas, en medio de tensiones internas y presiones externas. Todo esto se logra gracias al análisis de una gran cantidad de ponencias de investigación y de entrevistas a investigadores del continente.

El quinto capítulo está dedicado a estudiar la formación en este campo en el continente. Para ello se realizaron entrevistas a estudiantes, profesores y egresados de 12 programa posgraduales del continente y se estudiaron los documentos institucionales y epistemológicos de estos posgrados. En este capítulo se encuentran relaciones entre los discursos de los posgrados estudiados con los discursos institucionales, entre el capital académico construido por estos posgrados y las percepciones de los estudiantes y egresados, y entre ese capital académico y las prácticas de enseñanza y aprendizaje que se llevan a cabo en estos programas

En el sexto y último capítulo se presentan las conclusiones sobre la constitución del sujeto académico del campo de la comunicación participativa.

Son todos invitados a recorrer este camino conmigo.

Capítulo 1

La investigación sobre el campo de la comunicación participativa en América Latina. El proyecto de investigación

Hace ya algún tiempo que el estudio de la comunicación como campo en América Latina es de enorme importancia. Autores como Vasallo de Lopes (2001) y Fuentes Navarro (2008), entre otros, han ido dando luces acerca de un campo que se ha constituido a partir de la mezcla e interrelación de diversas disciplinas, con objetos de estudio relacionados con los medios pero también con interacciones y expresividades humanas, y con metodologías diversas. La discusión sobre este campo está a la orden del día, para muchos, es un campo de naturaleza transdisciplinaria o para otros, es una indisciplinada (De La Peza, 2013).

En el presente capítulo presentamos los elementos más importantes de la formulación de un proyecto de investigación que indaga sobre un campo de ese gran campo de la comunicación, como es el campo académico de la comunicación

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

participativa. Este es un campo distinto, mucho más nuevo que el gran campo de la comunicación, pero con prácticas de más de cincuenta años. Además, es un campo esencialmente latinoamericano: con procesos y prácticas que han nacido de los movimientos y acciones colectivas de organizaciones y grupos de comunicación o de otras naturalezas, y con nociones, investigaciones, pensadores y hasta con formaciones particulares provenientes de este lado del mundo.

La pregunta que guía esta investigación es la siguiente: ¿Cómo se han constituido los sujetos académicos del campo de la comunicación participativa en el continente latinoamericano desde los subcampos científico y educativo en América Latina en las dos últimas décadas?

Por tanto, en esta investigación se indaga sobre la formación y la perspectiva comunicacional de la investigación realizada en este campo. Para lograr este propósito, en este proyecto se analizaron las investigaciones que se han desarrollado en este campo, tomando como base aquellos trabajos que se han presentado en los Congresos de ALAIC, se estudiaron las doce maestrías en comunicación participativa que existen en el continente latinoamericano, y se realizaron entrevistas estructuradas a investigadores, docentes, estudiantes y egresados involucrados en este campo.

1.1 Justificación.

Este proyecto de investigación doctoral centra su atención en la formación y en la investigación en el campo de la comunicación participativa en América Latina en el presente milenio.

En este proyecto se indaga sobre la formación en el nivel de maestría. La existencia de maestrías en Comunicación en América Latina es aún insuficiente, a pesar

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de que en la década del 90 comenzaron a surgir programas de posgrado de esta naturaleza (Bustamante, 2006). Según un informe realizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación, FELAFACS, el desarrollo de maestrías en América Latina es aún precario por diferentes razones, como la falta de formación docente en algunos países latinoamericanos y la dificultad para el desarrollo de las investigaciones (Felafacs, 2009). Ese estudio es complementado por un grupo de investigadores latinoamericanos (Vasallo, 2012), que evidenciaron cómo la existencia de maestrías en el campo de la comunicación comenzó a tener auge.

El interés en el desarrollo de maestrías centradas en la comunicación participativa es mínimo. En total, en el continente latinoamericano existen 252 maestrías en el campo de la comunicación, y de ellas únicamente cerca del cinco por ciento se interesa por los procesos de comunicación participativa y la transformación social. La gran mayoría de las maestrías latinoamericanas se concentran en el estudio de los medios, de la relación comunicación – cultura, de la comunicación estratégica, y de las tecnologías digitales. Temas y procesos como la participación ciudadana, la construcción de tejido social, los movimientos sociales y otras formas de acción colectiva, vistos desde la comunicación, no son del interés de las universidades, a lo mejor porque no corresponden al modelo de oferta y demanda existente en algunos países latinoamericanos.

Esta investigación se centrará en el análisis y la comprensión de ese cinco por ciento de las maestrías latinoamericanas centradas en la comunicación participativa. Como se visualizará en el estado del arte, no son muchas las investigaciones relacionadas con la formación en este campo de la comunicación, que es vital para la comprensión y dinamización de procesos sociales y comunicativos y para el reconocimiento de los saberes sociales, culturales y políticos de las sociedades y culturas latinoamericanas.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Esta investigación arroja un análisis sobre el campo de formación en comunicación, participativa en América Latina, tomando como base sus presiones, tensiones, los hábitos académicos, los aprendizajes e interaprendizajes construidos y las apuestas político – académicas de las maestrías latinoamericanas con este énfasis. Esta indagación y conceptualización contribuirá al fortalecimiento de la formación en este campo en el continente latinoamericano.

Así mismo, la investigación en el campo de la comunicación ha ido paulatinamente en aumento en calidad y cantidad. El maestro Jesús Martín Barbero (2014) asegura que al inicio de los estudios sobre la comunicación en el continente se creó una “teoría propia” de la comunicación, a partir de tres hitos. El primer hito concibe a la comunicación, tal como lo planteaba Paulo Freire, como una educación liberadora, como el proceso de liberación de la palabra propia. El segundo hito tiene que ver con los estudios acerca de las políticas del servicio público de comunicación. Y el tercer hito lo constituyen los estudios que hablan de una alternatividad comunicativa, constituida por prácticas y procesos de comunicación, educación y desarrollo.

Como se puede notar, la investigación en el campo de la comunicación participativa no sólo se ha nutrido del pensamiento latinoamericano en comunicación, sino que ha sido uno de los elementos centrales de los estudios sobre la comunicación en América Latina. Desde la década del 60 hasta ahora son muchos los estudios y procesos que se han llevado a cabo en el continente latinoamericano. La misma Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC lo reconoce al incluir tres grupos de trabajo dedicados a la reflexión y conceptualización de este campo, como son el grupo Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana, el grupo Comunicación, Tecnología y Desarrollo y el grupo Comunicación para el Cambio Social.

La investigación en este campo se ha incrementado desde el inicio del nuevo milenio, precisamente en el período en que se constituyeron estos grupos de ALAIC. Por

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

esa razón en este proyecto de investigación también se buscará comprender cómo se ha constituido este campo de estudios en comunicación participativa desde los mismos sujetos investigadores y sus prácticas investigativas en el presente milenio.

En este proyecto se identifican los escenarios, los agentes, las instituciones y las prácticas que son objeto de investigación latinoamericana en este campo de estudios, lo mismo que los paradigmas intelectuales dominantes al igual que los emergentes. Con todo lo anterior es posible comprender cuáles son los saberes en juego, cómo se construyen los objetos de estudio y, sobre todo, conocer cómo se constituye el sujeto investigador de este campo de la comunicación. Ese es el segundo aporte de este proyecto: pensar la investigación en este campo desde las mismas prácticas investigativas de los sujetos investigadores.

En suma, al final del proyecto se identifica y comprende cómo se constituye el sujeto académico del campo académico de la comunicación, el desarrollo y el cambio social en América Latina en el presente milenio, tomando como base los subcampos educativo y científico, para determinar cuáles son los capitales intelectuales en juego, qué se produce (investiga) y qué se reproduce (enseña). Y aquí está el tercer aporte del proyecto: comprender este campo en la relación entre el proceso de enseñanza – aprendizaje y la investigación, o, como lo diría Bourdieu, entre la producción de conocimientos y la reproducción de los mismos. En esa relación se presentan presiones, tensiones, rupturas, discontinuidades, continuidades, acercamientos, alejamientos, disparidades y complementariedades. Todos estos elementos o algunos de ellos pueden presentarse porque lo que aquí se estudiará es un proceso académico, investigativo y formativo, centrado en los sujetos participantes del mismo.

El análisis de este campo de la comunicación es importante porque un estudio de esta naturaleza contribuye a la reflexión sobre el quehacer educativo e investigativo. La

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

“vigilancia epistemológica” como lo llama Bourdieu, es necesaria para transformar las realidades académicas, y mucho más una tan rica en prácticas y procesos de los sujetos como las que se presentan en esta perspectiva transformativa de la comunicación. Además, este campo de estudios es aún muy nuevo. Es imprescindible que desde ahora se indague sobre los procesos investigativos y de enseñanza aprendizaje para ir reconfigurando la misma formación y los procesos investigativos.

1.2 Presentación del problema de investigación

Este proyecto de investigación pretende indagar sobre la constitución del campo académico de la comunicación participativa en América Latina. Para empezar es preciso advertir que este campo de pensamiento nace de la práctica, antes que de la teoría. Luis Ramiro Beltrán cuenta cómo primero aparecieron en nuestro continente diversas experiencias de este tipo de comunicación. Una de ellas fue la radio Sutatenza en Colombia y otra las radios mineras en Bolivia, que en la década del 50 y 60 demostraron que es posible hacer una comunicación distinta. Y así se dieron muchas experiencias en Latino América en la década del 40 y del 50, en el ámbito de la comunicación educativa y de la comunicación y la salud, que contribuyeron a la construcción de un pensamiento alternativo y una acción comprometida desde la comunicación (Beltrán, 2005).

Como veremos más adelante, esta práctica comunicativa se ha convertido en un campo académico, que se ha desarrollado a través de la “perspectiva funcionalista/difusionista” y del “paradigma participativo”, en el que caben diferentes perspectivas académico – políticas, como la comunicación popular, alternativa, radical, comunitaria, ciudadana, horizontal, transformadora, comunicación y desarrollo y para el

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

cambio social. Estas prácticas comunicativas surgieron desde la década de los cincuenta y se ha desarrollado durante casi sesenta años en el continente latinoamericano.

Las prácticas comunicativas populares, alternativas, para el desarrollo o para el cambio social surgieron desde la década de los cincuenta, cuando se comprendió que la comunicación no sólo produce efectos, respuestas, sino que ante todo se construye en una dinámica permanente de interacción, interlocución, relación e interrelación, generando así procesos de intersubjetividad. Pero además, se pensó un para qué de la comunicación: se planteó entonces y se sigue promoviendo, una comunicación horizontal, democrática, participativa, plural, que busca el desarrollo social y humano y el cambio en la sociedad.

Este campo académico, que es reciente pero que tiene raíces muy profundas, en su interior también, como cualquier campo, se genera tensiones. Las tensiones son prácticas y conceptuales. En ocasiones las prácticas no son muy coherentes con el discurso, y también las prácticas mismas son muy distintas y hasta contradictorias en algunos casos. Igualmente, las formas de asumir esta comunicación “entre”, son tan distintas que en ocasiones son incompatibles, pero muchas veces son complementarias o afines.

El campo de la comunicación, el desarrollo y el cambio social está incluido en el campo académico de la comunicación. La investigadora brasileña María Inmacolata Vasallo de Lopes (2001) considera que este campo está constituido por: varios subcampos: **el científico**, que tiene que ver con la producción del conocimiento teórico y aplicado, la construcción de objetos de estudio, metodologías y teorías; **el educativo**, que tiene que ver con los procesos de enseñanza y aprendizaje, y que para Boudieu son prácticas de reproducción de ese conocimiento, y **el profesional**, caracterizado por

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

prácticas de aplicación del conocimiento y que tiene que ver con los vínculos con el mundo del trabajo.

El presente proyecto pretende abordar dos subcampos de este campo académico que son claves para el desarrollo mismo de esta forma de asumir la comunicación, como son el subcampo educativo y el subcampo científico. El educativo porque poco a poco han ido surgiendo en el continente programas de pregrado y posgrado con un énfasis claro en este tipo de comunicación, lo que evidencia una preocupación por la formación de comunicadores sociales, especialistas o maestrandos comprometidos con la transformación social.

Y lo mismo ocurre con el subcampo científico. En esta última década, las investigaciones sobre las prácticas comunicativas han ido en aumento y este campo de estudios se ha convertido en uno de los ejes de la investigación latinoamericana. Lo demuestran los trabajos de investigación presentados en los congresos de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación, ALAIC – especialmente en los grupos de trabajo de Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana y el de Comunicación y Cambio Social, al igual que en los congresos de Felafacs.

El interés de este proyecto está en la constitución de los sujetos académicos dentro de este campo. Es decir, en esta investigación se asume que un campo académico se construye a partir de la constitución de una comunidad de investigadores, profesores y estudiantes interesados en unos saberes y aprendizajes, que se encuentran inmersos en dinámicas y prácticas de poder. Por todo lo anterior, en este proyecto pretendemos contestar la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se han constituido los sujetos académicos del campo de la comunicación participativa, desde los subcampos científico y educativo en América Latina en las dos últimas décadas?

1.3 Fundamentación del tema y del problema.

La fundamentación del problema lo presentaremos a partir de las siguientes categorías teóricas: campo, campo de la comunicación, campo de la comunicación participativa, y la relación saber – poder.

1.3.1 *El debate sobre el campo*

Durante los siglos XIX y XX los avances teóricos de la ciencia la técnica y las artes estuvieron comprometidos por vastos espacios de conocimiento, con variados puntos de vista, que hicieron que las fronteras entre los espacios de los saberes constituidos se volvieran difusas. El proyecto de la ciencia como lectura del mundo tiene un ancla en las ciencias positivas o naturales, pero también ve nacer las ciencias humanas y sociales.

A partir de 1945, como lo demarca Immanuel Wallerstein (2004), se empieza a evidenciar con fuerza la crisis en la que se encuentran las Ciencias Sociales y la necesidad de su redefinición y apertura. Esta crisis de múltiples matices se basa en dos situaciones fundamentales: una, la distancia cada vez más amplia, o mejor, el desfase entre la teoría y la práctica; y dos, los múltiples paradigmas y escuelas, que desde distintas orillas y posturas, buscan dar solución o abordar los asuntos sociales, pero al margen de las disciplinas clásicas.

Como lo afirma Wallerstein (2004), el conocimiento social ya no es terreno exclusivo de las disciplinas sociales, ni un asunto de aplicación de leyes generales. Las fronteras disciplinares, tan sólidas hasta ese momento, se empiezan a desdibujar y la investigación social comienza a organizarse en torno a problemas y temáticas compartidas, con técnicas y metodologías de distinta procedencia.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Es así como en la década de los años 70 del siglo XX, surge con relativa fuerza la noción de *campo*, como una forma de explicar el mundo social y, por ende, el mundo científico; entrando a mediar en las esferas conceptuales dominadas por el positivismo de las ciencias empírico analíticas. Esta noción de campo aparece referenciada en la literatura del sociólogo francés Pierre Bourdieu, quien plantea una teoría social de los campos en el cual las relaciones se pueden referenciar como objetivas si pueden encontrarse como existentes de forma independiente a los agentes que los conforman (Bourdieu :1997) .

Pierre Bourdieu fue quien acuñó esta categoría para describir lo que implican las relaciones en un contexto determinado. Este autor asumió la categoría de “campo”, como lo explica Rafael Ávila (2005), al menos desde dos perspectivas: en primer lugar, Bourdieu habla de “campo” en relación con las relaciones sociales de producción: “Los campos se presentan para la aprehensión sincrónica como espacios estructurados de posiciones (o de puestos) cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios y pueden analizarse en forma independiente de las características de sus ocupantes en parte determinados por ellas” (citado por Ávila, 2005, p. 69). Pero después amplía el concepto y lo aplica a diferentes formas de relación entre los actores sociales. En últimas, de lo que habla Bourdieu es de un campo de fuerzas o un campo de poder. El campo termina siendo un espacio en el cual hay dominantes y dominados: “un espacio social estructurado, un campo de fuerzas –hay dominantes y dominados, hay relaciones constantes, permanentes, de desigualdad, que se ejercen al interior de ese espacio– que es también un campo de luchas para transformar o conservar este campo de fuerzas” (Bourdieu, 1995, pp. 48- 49).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

El campo es un espacio estructurado de posiciones que se configura además como una arena de lucha por la posesión o producción de una forma específica de capital (escaso), el cual se define como un sinónimo de poder, y se relaciona con:

Un espacio social de conflictos entre individuos y grupos que buscan según su posición de subordinante o subordinado conservar o modificar la distribución del poder derivada de la forma de capital específica del campo en disputa”.

Un campo de acción socialmente construido en el que los agentes dotados de recursos diferentes se enfrentan para conservar o transformar las correlaciones de fuerza existentes. Los agentes desencadenan unas acciones que dependen, en sus fines, sus medios y su eficacia, de su posición en el campo de fuerzas, es decir, de su posición en la estructura de la distribución de capital. (Bourdieu, 2000, pp.:66-67)

Desde esta perspectiva, existen una amplia variedad de campos y subcampos sobre los que se crean influencias recíprocas y relaciones que definen la estructura social. Y aunque cada campo tenga una lógica y unos principios particulares, se hace necesario pensarlos de manera relacional.

Si se hace referencia de forma más concreta al campo académico o científico, éste también se constituye, siguiendo a Bourdieu, en un espacio social estructurado en el cual intervienen diversos agentes que portan un saber-conocimiento-poder, sobre los objetos de estudio propios de cada ciencia o disciplina.

La disciplina es un campo relativamente estable y delimitado, y, por tanto, relativamente fácil de identificar: tiene un nombre reconocido escolar y socialmente (es decir, está presente de manera clara en las clasificaciones de las bibliotecas, como la sociología en oposición, por ejemplo, a la «mediología»); está inscrita en

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

unas instituciones, unos laboratorios, unos departamentos universitarios, unas revistas, unas organizaciones nacionales e internacionales (congresos), unos procedimientos de certificación de las competencias, unos sistemas de retribución, unos premios.(Bourdieu, 2000, p.:115)

Esta formulación de los campos disciplinares posee una serie de características que en principio posibilitan la diferencia pero, que a su vez, los habilitan para hacerse partícipes de otros campos y sub-campos, y establecer líneas de fuga y de interacción. En estos espacios es donde se van encadenando además, la noción de “capital” a saber: cultural, económico, político y científico, así como la noción de “habitus”:

La disciplina se define mediante la posesión de un capital colectivo de métodos y de conceptos especializados cuyo dominio constituye el derecho de admisión, tácito o implícito, en el campo. Produce un «trascendental histórico», el *habitus* disciplinario como sistema de esquemas de percepción y de apreciación (la disciplina incorporada actúa como censura). Se caracteriza por un conjunto de condiciones sociotranscendentales, constitutivas de un estilo: (Ibid, 116).

Pertenecer a un campo disciplinar implica el juego de propuesta entre los capitales en disputa, así como la identificación de los habitus, por ello los puntos de intersección no se encuentran exentos de luchas; es más, es en éstos en donde se va definiendo la identidad de un campo en cuestión y donde se da la disputa por mantener cierta especificidad y regulación. Este fenómeno hace que la fortaleza de los campos se encuentre muchas veces en sus intersecciones, delimitaciones conceptuales y prácticas.

Al interior de un campo se pueden ver otros campos en lucha continua. Esta dinámica supera en algo la noción estática de la ciencia normal, y permite confrontaciones en las cuales las especificidades de cada campo son puestas en la arena, como lo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

plantea Bourdieu en el Oficio del Científico:

La noción de campo científico, por tanto, es importante porque recuerda, por un lado, que existe un mínimo de unidad de la ciencia, y, por otro, que las diferentes disciplinas ocupan una posición en *el espacio (jerarquizado) de las disciplinas* que lo que ocurre allí depende parcialmente de esa posición. El campo científico puede ser descrito como un conjunto de campos locales (disciplinas) que comparten unos intereses (por ejemplo, un interés de racionalidad que se enfrenta al irracionalismo, la anticiencia, etcétera) y unos principios mínimos. Este capital científico de procedimientos estandarizados, de modelos experimentados, de protocolos reconocidos, que los investigadores toman prestado y combinan para concebir nuevas teorías o nuevos dispositivos experimentales (su originalidad puede consistir, a menudo, en una nueva combinación de elementos conocidos), actúa como factor de unificación y antídoto contra las fuerzas centrífugas al imponer la incorporación de las reglas que presiden su práctica (protocolos de utilización). Otro principio unificador es, sin duda, el «efecto de demostración» que ejerce la ciencia dominante en todo momento y que constituye el principio de los préstamos entre las ciencias (Bourdieu, 2001, pp. 116-117).

Una disciplina no sólo se define por unas propiedades intrínsecas, sino por unas propiedades que debe a su posición en el espacio (jerarquizado) de las disciplinas.

El campo, en su interior, es un escenario de disputas y de luchas permanentes que generan distintas dinámicas, y que a su vez determinan la riqueza y la fortaleza del mismo. Estas condiciones internas, están igualmente influenciadas por las presiones de los otros campos, que en el marco de la construcción de conocimiento, conllevan al establecimiento de puntos de frontera y de ruptura, que indudablemente también se incorporan a las fuerzas en el campo.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

De allí que hable de que existen diversos campos: el artístico, el universitario, el cultural y el intelectual, e insinúa, según Ávila, que las Facultades y las disciplinas también pueden ser pensadas como campos. Es por eso que desde hace un tiempo se habla, por ejemplo, de los campos académicos, campos intelectuales, campos científicos y campos disciplinares. Bourdieu propone el campo intelectual desde una perspectiva relacional, en la que sujetos, grupos y situaciones interactúan como en un sistema social, que hace presente el conflicto, y el encuentro de posiciones sociales diversas, no sólo de carácter intelectual sino también asociadas a dinámicas artísticas, socio afectivas, políticas, económicas: “El campo intelectual en tanto espacio social relativamente autónomo de producción de bienes simbólicos”. (Bourdieu, 1995, p. 45-48).

En un campo intelectual se producen discursos, lenguajes comunes, campos de encuentro, pero también problemas comunes y formas de abordar estos problemas comunes. Este campo está compuesto por personas que tienen en común su historia, dentro de la que caben diversas experiencias, pero que en todo caso posibilita que lleguen a elecciones similares. En todos estos campos hay luchas de poder que mantienen o subvierten las estructuras, que generan acceso o control a los capitales. Es decir, las personas que hacen parte de un campo acumulan un capital o lo construyen, y con él se mueven en el campo: “Aquellos que dentro de un estado determinado de la relación de fuerzas, monopolizan (de manera más o menos completa) el capital específico, que es el fundamento del poder o de la autoridad específica característica de un campo, se inclinan hacia estrategias de conservación... mientras que los que disponen de menos capital (que pueden ser también los recién llegados, es decir, por lo general los más jóvenes) se inclinan por estrategias de subversión” (Cita de Bourdieu, tomada por Ávila: 2005, p. 61).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Como vemos, un campo para Bourdieu no es homogéneo, es heterogéneo. Se basa en las relaciones de poder entre los agentes sociales e instituciones. Se trata de una configuración de relaciones entre individuos que ocupan diversas posiciones. Es con estas posiciones y con los recursos con los que se posee, como los capitales, con los que se juega en un campo.

1.3.2 *El campo de la comunicación*

La constitución de los campos permite interiorizar la mirada de las disciplinas como un conjunto de saberes en conflicto, con múltiples problemas (tensiones) internas y muchas perspectivas de colaboración (presiones), que vienen del exterior de los campos en cuestión, por ello es posible hablar de un campo académico de la comunicación en el cual subyacen problemáticas inherentes a la disciplina, a la conformación como academia y a su entramado como profesión.

Son muchos los autores que han considerado que el estudio de la comunicación se puede leer como un campo académico, seis de ellos son José Marques de Melo (2001), Enrique Sánchez Ruiz (2002), María Immacolata Vassallo de Lopes (2001), Raúl Fuentes Navarro (2008) y en nuestro medio, Jesús Martín Barbero y Germán Rey (1999). Considerar a la comunicación como un campo es un planteamiento que no es nuevo pues ya desde varias posiciones teóricas ha sido abordado teniendo en cuenta la necesidad de dar claridad a la posición de la comunicación en el entramado social.

El profesor mexicano Enrique Sánchez Ruiz (2002) asegura que la comunicación en América Latina nunca ha sido una disciplina, sino que se ha valido de diferentes disciplinas para su desarrollo:

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Si bien no hay disciplina, sí hay campo, en un sentido más sociológico que epistemológico: tenemos objetos de estudio (todo el dominio de la comunicación social, los medios, etc.) y una comunidad que se interesa de manera sistemática por los mismos. De hecho, consideramos que este es un tema primordial para la agenda: la continuación de una discusión fundamentada sobre el estatuto epistemológico de las llamadas “ciencias de la comunicación”, sobre su estatuto disciplinar, su relación con otros dominios científicos, etc. (p. 3)

Lo anterior no implica que no existan problemas en el campo. Enrique Sánchez señala que existen varias marginalidades y desvinculaciones. Algunas de esas marginalidades tienen que ver especialmente con el poco interés institucional en la investigación de la comunicación, y la poca producción investigativa en el campo. Y algunas de las desvinculaciones se relacionan con las distancias entre la investigación y la formación, entre la investigación y los campos profesionales, entre la enseñanza y los campos profesionales, y entre la investigación básica y la aplicada. Como puede advertirse, la comunicación es un campo joven y en permanente construcción.

Al respecto la investigadora brasileña María Inmacolata Vassallo de Lopes (2001) lo expresa de la siguiente manera:

El campo académico de la comunicación está constituido por un conjunto de instituciones de educación superior destinadas al estudio y a la enseñanza de la comunicación, donde se produce la teoría, la investigación y la formación universitaria de los profesionales de la comunicación. Lo que implica que en ese campo se pueden identificar varios subcampos: **el científico**, implicado en prácticas de producción del conocimiento: la investigación académica tiene la finalidad de producir conocimiento teórico y aplicado por medio de la construcción de objetos, metodologías y teorías; **el educativo**, que se define por prácticas de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

reproducción de ese conocimiento; es decir, mediante la enseñanza universitaria de materias relacionadas con la comunicación, y **el profesional**, caracterizado por prácticas de aplicación del conocimiento y que promueve vínculos variados con el mercado del trabajo” (p. 76).

Estos subcampos a los que hace referencia María Inmacolata Vasallo se ubican en un tema clave: ¿cómo se puede leer el campo académico de la comunicación? Si se asume el primer subcampo, sería necesario hacer un balance de la producción académica de los programas e investigadores de la comunicación. Si se opta por el segundo subcampo, el educativo, se tendrían que analizar, el conocimiento reproducido, y la apuesta académica de las facultades y programas de comunicación. Y si se opta por el profesional, se tendrían que diagnosticar las prácticas profesionales de los egresados.

En el texto “El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación”, Raúl Fuentes Navarro (2008) hace una descripción detallada de la creación del campo y explica como Estados Unidos fue el lugar en donde primero se debatió el asunto de su definición y si la comunicación poseía la fortaleza teórica suficiente para diferenciarse de otros campos. Este lapso de 25 años, conlleva así mismo, como lo indica Fuentes Navarro, a la internacionalización del campo, con influencias globales que surgen de muchos lugares del mundo y que concuerdan con el auge de los programas académicos y las facultades de comunicación en Colombia y en América Latina.

Este desarrollo académico, en el caso del continente, se ha ido construyendo de la mano de los desarrollos conceptuales y teóricos propios y ajenos. No cabe duda que el modelo funcional norteamericano ha tenido incidencia en algunos programas académicos, al igual que la perspectiva crítica o sociocrítica, los estudios culturales, las perspectivas interaccionistas, los modelos conductuales o aquellos que optan por tendencias más bien constructivistas, contrahegemónicas, alternativas y de cambio.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En Colombia ya Jesús Martín Barbero y Germán Rey (1999) habían advertido los problemas del campo:

El desarrollo de los estudios de comunicación, se ha visto marcado por hechos que rebasan la dinámica propia de las disciplinas que lo integran: por una parte lo reciente de su constitución como campo académico y la fuerte incidencia de la revolución tecnológica en la conformación y acelerada transformación de sus objetos-de estudio, y por otra la constante interacción entre las variaciones sociales, los cambios culturales y políticos y las modificaciones que en una perspectiva histórica iban teniendo las comunicaciones en el mundo y en el país” (p..1).

En este texto Martín Barbero y Germán Rey describen analíticamente cómo dentro del campo de los estudios de la comunicación, se fue abriendo un espacio para la investigación; en las primeras décadas, a partir de la adopción de corrientes críticas, de un lado, y funcionalistas, del otro, y cómo la comunicación ha ido cambiando hasta incluir formas y perspectivas muy diversas ligadas a experiencias múltiples situadas en contextos culturales particulares, y cómo la investigación se fue convirtiendo en un elemento clave para la constitución del campo de la comunicación.

En esta investigación nos separamos un poco de lo expresado por María Inmacolata Vasallo de Lopes y de lo dicho por el mismo Raúl Fuentes Navarro, pero a la vez asumimos algunos de sus postulados. Aquí también asumimos a la comunicación, y en concreto a los estudios de la comunicación, como un campo académico. Es un campo en el que se enseña, se aprende, se investiga y donde egresan profesionales. Pero no es un campo homogéneo, es heterogéneo. Es un campo en el que existen luchas de poder, en el que juegan varios capitales, en el que existen dominantes, sucesores y dominados, y, por ende, en el que se presentan continuas tensiones y presiones del entorno. Todo lo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

anterior implica que un campo académico como éste es un escenario de luchas de poder al interior de Facultades, Escuelas y Universidades. Esas luchas generan tensiones o provocan tensiones. Éstas son las contradicciones y, en ocasiones, confrontaciones que se presentan entre dominantes y dominados, entre los intereses de unos y otros, algunos con la perspectiva de preservar un determinado orden y otros con el ánimo de subvertir ese orden y construir uno nuevo.

1.3.3 *El campo de la comunicación participativa*

Para empezar es preciso advertir que este campo de pensamiento nace de la práctica, antes que de la teoría. Luis Ramiro Beltrán cuenta cómo primero aparecieron en nuestro continente diversas experiencias de este tipo de comunicación. Una de ellas fue la radio Sutatenza en Colombia y otra las radios mineras en Bolivia, que en la década del 50 y 60 demostraron que es posible hacer una comunicación distinta. Y así se dieron muchas experiencias en Latinoamérica en la década del 40 y del 50, en el ámbito de la comunicación educativa y de la comunicación y la salud, que contribuyeron a la construcción de un pensamiento alternativo y una acción comprometida desde la comunicación (Beltrán, 2005).

Pero éste es también un campo académico, que se ha desarrollado fundamentalmente a través de una “perspectiva participativa”, en el que caben diferentes perspectivas académico – políticas, como la comunicación popular, alternativa, radical, comunitaria, ciudadana, horizontal, transformadora, comunicación y desarrollo y para el cambio social. Todas estas apuestas conceptuales, algunas más radicales que otras, tienen en común la búsqueda desde la comunicación de una sociedad mejor, más organizada y articulada entre sí, más consciente de su papel en la historia, con mayores

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

niveles de reconocimiento de su pasado, de su presente, de su diversidad y de su complejidad. De acuerdo con esto, todas tienen en común la búsqueda de la transformación de las realidades sociales, a partir de la comunicación, tanto en todos los niveles: local, regional, nacional e incluso internacional.

El campo de la comunicación popular, alternativa, para el desarrollo o para el cambio social – todos estos conceptos se desarrollarán a lo largo de la investigación, y en especial en el capítulo epistemológico -, surgió desde la década de los cincuenta formalmente, cuando se comprendió que la comunicación no sólo produce efectos, respuestas, sino que ante todo se construye en una dinámica permanente de interacción, interlocución, relación e interrelación, generando así procesos de intersubjetividad. Pero además, se pensó un para qué de la comunicación: se planteó entonces y se sigue promoviendo, una comunicación horizontal, democrática, participativa, plural, que busca el desarrollo social y humano y el cambio en la sociedad.

Este campo en su interior también, como cualquier campo, tiene tensiones. Las tensiones son prácticas y conceptuales. En ocasiones las prácticas no son muy coherentes con el discurso, y también las prácticas mismas son muy distintas y hasta contradictorias en algunos casos. Igualmente, las formas de asumir esta comunicación “entre”, son tan distintas que en ocasiones son incompatibles, pero muchas veces son complementarias o afines.

1.3.3.1 Los antecedentes y la perspectiva funcionalista / difusionista.

En la búsqueda de estrategias de información que acompañaran los planes de ayuda internacional a los países emergentes, las universidades de Estados Unidos estuvieron nuevamente al servicio de su gobierno, como en tiempos de guerra. Del trabajo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de importantes pensadores de la información y de la comunicación, surgieron los principales planteamientos teóricos de lo que iba a conocerse como “comunicación para el desarrollo”, aunque en su planteamiento inicial era más bien “información para el desarrollo”, en la medida en que no se trataba de una comunicación democrática y participativa, sino más bien dirigida desde un nivel central, vertical y exógena.

El paradigma dominante tuvo desde los años 50 varias facetas, pero en general privilegió el uso de los medios masivos y las nuevas tecnologías de entonces, como instrumentos de promoción de los valores culturales y de las políticas de desarrollo generadas en los países industrializados y aplicadas en los países dependientes.

Varios autores contribuyeron al conocido “paradigma dominante”, que se desprende de la escuela norteamericana de la comunicación para el desarrollo, liderada por Wilbur Schramm (1964) y Paul Lazarsfeld (De Moragas, 1982). Este paradigma es casi indisociable del concepto de “modernización” que se trataba de llevar a regiones consideradas “atrasadas” culturalmente.

Entre los hitos de este nuevo pensamiento destaca sin duda Daniel Lerner (1958) y su investigación antropológica en el pequeño pueblo de Balgat en Turquía. A partir de una breve experiencia de campo, Lerner construyó toda una teoría de la comunicación para la modernización, afirmando que solamente el abandono de las tradiciones propias al mundo rural podría garantizar la incorporación de la población a los planes de desarrollo económico.

Everett Rogers (2003), a su vez, destacó por sus ideas sobre la adopción de innovaciones tecnológicas -sobre todo en el campo de la agricultura- las cuales se difundían por canales masivos (radio, televisión, prensa). Su teoría de “difusión de innovaciones” sigue teniendo hasta el día de hoy influencia en las estrategias de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comunicación para el desarrollo, a pesar de que el propio Rogers revisó su teoría en 1976 y se aproximó paulatinamente hasta el final de su vida a conceptos más cercanos a la comunicación participativa para el cambio social.

El paradigma dominante en las décadas de 1950, 1960 y 1970, se basa en un concepto de comunicación unidireccional, centrado en la obtención de determinadas conductas, efectos, y resultados en las audiencias o receptores a partir de mensajes enviados por un centro emisor. El modelo está basado en estrategias de publicidad y propaganda, a través de los medios de comunicación masiva, tanto comerciales como del Estado. En décadas recientes ha evolucionado hacia la industria del entretenimiento, propia de la etapa actual del desarrollo capitalista y sustento de la sociedad de consumo.

La “comunicación para el desarrollo” entendida por los pensadores de Estados Unidos como la posibilidad de usar los instrumentos de difusión masiva para influenciar a los “receptores” de mensajes, y apoyar en gran escala la implementación de los modelos de desarrollo, buscaba “vender” nuevas formas de trabajo, así como instrumentos e insumos para cambiar conductas individuales (por ejemplo la higiene, las formas de producción, y otros indicadores de “progreso”).

El paradigma, que ofrecía la panacea de acelerar la modernización y el desarrollo, atrajo millonarias inversiones sobre todo en proyectos de agricultura y seguridad alimentaria, ya que se trataba de concentrar esfuerzos para elevar el nivel de ingresos de la población rural mayoritaria en esas décadas, y la más empobrecida.

Sin embargo, al no lograr cambios reales en las condiciones de vida de las poblaciones a las que se dirigían las campañas de difusión, el paradigma modernizante fue blanco de la crítica de especialistas de la comunicación, sociólogos y antropólogos de América Latina, algunos de los cuales, como Luis Ramiro Beltrán (1967), Juan Díaz

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Bordenave (1976) y Orlando Fals Borda (1987), tuvieron una influencia determinante en autores como Everett Rogers (2003), en la adopción de una perspectiva más ligada al contexto político, social, económico y cultural de los países del llamado Tercer Mundo.

Daniel Prieto Castillo (2006) dice al respecto: “Una primera lección es que la comunicación por sí sola no transforma relaciones económicas, no puede aportar gran cosa a la reducción de las desigualdades sociales” (p.43).

Las estrategias modernizadoras buscaban cambiar las conductas individuales y las percepciones de los receptores a través de los medios de difusión y de mensajes de “especialistas”. La idea funcionalista era que los receptores, que en ese momento histórico eran esencialmente campesinos, modificaran sus conductas y prácticas tradicionales y las remplazaran por otras que les permitieran ser más productivos. El resultado no fue muy significativo, la pobreza aumentó y los campesinos continuaron con sus dinámicas de producción, así no fuesen reconocidas, caracterizadas por las condiciones sociales y económicas estructurales.

1.3.3.2 La perspectiva participativa de la comunicación.

Para comprender hoy la comunicación es necesario entender el proceso de construcción de significaciones y sentidos que constituyen las culturas; y viceversa, para comprender las culturas es necesario entender cómo se constituye el entramado y el espesor de la comunicación dentro de la cultura.

Frente al paradigma dominante del difusionismo, surgió casi inmediatamente, desde mediados de la década de 1960 una corriente que a partir de las teorías de la dependencia desarrolladas sobre todo en América Latina, lo confrontan con necesidades

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

y situaciones sociales y políticas que no pueden resolverse únicamente con una avalancha de información.

Si el paradigma *difusionista* afirmaba, a grandes rasgos, que una mayor difusión basada en nuevas tecnologías iba a permitir que los campesinos –por ejemplo- salieran de su condición de pobreza, la perspectiva *participativo* considera que hay que modificar las condiciones reales de pobreza, porque los pobladores de las áreas rurales no son pobres por falta de información exclusivamente, sino porque no tienen acceso a tierras productivas, a créditos, a fertilizantes, y de manera más general a condiciones de educación y de salud dignas.

De ese modo, a lo largo de las décadas de 1970, 1980, 1990 y 2000 se fortalecen una serie de planteamientos de comunicación, que añaden a la palabra comunicación el apellido de “popular”, “alternativa”, “comunitaria”, “horizontal”, “ciudadana”, “contestataria”, “para el desarrollo”, “para el cambio social” o “para el buen vivir”. Estas corrientes surgen cuando se cuestiona la capacidad de la comunicación para generar transformaciones sociales. Estas concepciones no son iguales, dado que poseen unas características propias.

Esta perspectiva participativa de la comunicación promueve procesos de comunicación basados en el diálogo, donde las decisiones se toman colectivamente y de manera horizontal y democrática, para construir una dinámica permanente de interacción, interlocución, relación e interrelación, generando así procesos de inter-subjetividad.

Frente a la perspectiva funcionalista/difusionista muy pronto en América Latina se alzan las voces disonantes que lo cuestionan. Uno de los primeros en reflexionar sobre el tema fue el venezolano Antonio Pasquali (1963), cuyos textos son contemporáneos a los de Daniel Lerner (1958), Wilbur Schramm (1964) y de Everett Rogers (2003), y

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

representan el pensamiento latinoamericano de esos años, independiente de las influencias de la academia estadounidense.

Otros pensadores e investigadores latinoamericanos en diferentes momentos históricos, contribuyeron a crear y dinamizar una corriente de pensamiento que surge de los movimientos sociales y que busca la democratización de la comunicación. Esa corriente coincide con el cuestionamiento que, a nivel mundial, hizo la Unesco a través del informe MacBride (1980), sobre los desequilibrios de información y comunicación en el mundo, y las recomendaciones a los países para dotarse de medios propios que garantizaran el flujo de la información en condiciones de democracia.

Los autores que destacan entre las décadas de 1960 y 1990 no proceden necesariamente del campo de la comunicación, que buscaba aún una definición propia. Al pensamiento del paradigma participativo aportan pensadores de otros campos, como el brasileño Paulo Freire desde la educación (2011), el colombiano Orlando Fals Borda (1987), el chileno Enzo Faletto (1969) y el brasileño Fernando Henrique Cardoso (2007) desde la sociología y la antropología.

Desde la comunicación propiamente dicha, sobresalen el boliviano Luis Ramiro Beltrán (1967), el argentino Daniel Prieto Castillo (2006), el paraguayo Juan Díaz Bordenave (1976), el uruguayo Mario Kaplún (1978), entre otros, además de Antonio Pasquali (1963) ya mencionado anteriormente. A esa generación se sumó la que representan los peruanos Rosa María Alfaro (2000) y Rafael Roncagliolo (1986), los argentinos Héctor Schmucler (1986) y Néstor García Canclini (1990) (antropólogo especializado en análisis sobre la cultura popular), los chilenos Fernando Reyes Matta (1981) y Valerio Fuenzalida (1999) el colombiano Jesús Martín Barbero (1991) y los brasileños José Marques de Melo (1979) y Luiz Gonzaga Motta, entre otros.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La comunicación alternativa y popular, que recibe también otros nombres en la literatura especializada, se desarrolló inicialmente con formas contra-hegemónicas y espontáneas alrededor del mundo. En su libro “Radical Media”, John D.H. Downing (2000) rescata y estudia esas expresiones comunicativas que desde diferentes lugares y contextos -político, histórico, cultural y económico- hacen el contrapeso a la corriente de difusión centralizada, funcionalista, mediática y comercial dominante. Su exploración se remonta a comienzos del siglo XIX evidenciando la lucha por el reconocimiento de grupos comunitarios y marginados.

En América Latina estos procesos, formas y medios alternativos y contra-hegemónicos tienen antecedentes importantes en los movimientos sociales y políticos desde principios del siglo XX, pero comienzan a ser reconocidos por su impacto en la década de 1960. La comunicación llamada “alternativa” –que hoy se conoce con otros nombres- tuvo su auge en la década de los 1970 y parte de los 1980 principalmente por su oposición al sistema hegemónico, tanto económico-político como comunicacional.

El contexto político convulsionado de las décadas de 1960 y 1970, otorgó legitimidad a los procesos comunicativos contestatarios que hicieron visible aquello que se sentía, vivía y opinaba desde lugares subalternos de la sociedad, que no tenían presencia ni eran tomados en cuenta por la sociedad dominante. Ese ambiente fue el propicio para la proliferación de experiencias que luego enriquecieron nuevas corrientes de pensamiento, modificando las percepciones acerca de las relaciones sociales, del poder, y de las prácticas mismas.

La comunicación alternativa surgió como representativa de los sectores populares, comprometida con las causas de los desposeídos, pero no nació sin problemas, ya que significaba por principio un rechazo de los medios de difusión hegemónicos, una alerta

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

sobre lo nefasto que podría ser la única oferta de los medios masivos, comprometidos con los intereses políticos y económicos de las clases dominantes.

La propia vocación oposicional u opositora de la comunicación alternativa tendió a aislarla, en la medida en que se equiparó lo alternativo con lo arcaico, con el rechazo a la tecnología de punta. Los colectivos de comunicación no contaban con los recursos necesarios para modernizar su tecnología, pero además había la tendencia a pensar que una comunicación “pobre” era la adecuada para los pobres, a través de la exaltación del lenguaje de lo popular, cuando en realidad era un lenguaje reivindicativo y altamente politizado, que indicaba una postura política ante la realidad (Merino, 1979).

En el nuevo siglo ya se habló de la comunicación para el cambio social. Esta concepción de la comunicación abre la puerta a la necesidad de alcanzar cambios sociales significativos. Alfonso Gumucio (2004) identifica ciertas características de la comunicación para el cambio social, que si bien son parcialmente compartidas con visiones anteriores, la hacen diferente y subrayan su complejidad.

El concepto central que define a la *comunicación para el cambio social* es el siguiente: “es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” (Gumucio, 2004, p.2).

Al igual que en la comunicación alternativa, ciudadana y participativa, el proceso comunicacional es más importante que los productos. La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo anterior a la creación de mensajes o productos (un programa de radio, un video, un panfleto). Los productos y la diseminación o difusión de éstos no es sino un elemento complementario en el proceso de comunicación. Se otorga la mayor

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

importancia a la *apropiación* del proceso comunicacional, y no únicamente de los medios (radio, prensa, televisión, etc.).

A lo largo de la historia del desarrollo de este campo de estudio, los sujetos fueron y siguen siendo lo más importante. Alfonso Gumucio y Thomas Tufte (2008) realizaron un trabajo amplio e inclusivo al compilar textos de 150 autores sobre los fundamentos conceptuales de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, empezando en orden cronológico por los primeros trabajos pioneros de los años 1950, para luego dedicar la segunda mitad de la obra al pensamiento innovador desde 1995 a 2005, en el texto se aborda la investigación en comunicación siguiendo un orden temático (poder, cultura, desarrollo, nuevas tecnologías, etc.), y se reconoce a una nueva generación de investigadores que entiende la comunicación como un proceso que puede contribuir a la calidad de vida de la humanidad si se generan tejidos sociales con capacidad para identificar su pasado y hacerse cargo de su presente y de su futuro.

En el mismo sentido, la investigadora peruana Rosa María Alfaro (2006) sostiene:

La comunicación en esta perspectiva es parte inmanente del proceso de desarrollo, inherente a todas las propuestas globales y los proyectos más específicos, involucrando a los sujetos en la presión y gestión de su propio desarrollo. Alude al protagonismo de cada persona en la construcción interpelando sus dimensiones más reflexivas. Y valoriza la acción conjunta, admitiendo así que la relación entre las personas hace más significativa la intervención sobre la propia realidad, requiere de solidaridades y de comunidades existentes. Es decir, conecta con la movilización comunitaria. Abre la posibilidad, aunque no la desarrolla, de construcción de diálogos y saberes, de aprendizajes comunicativos, de tejidos sociales comunicantes. (p. 34)

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

El campo de la comunicación y el desarrollo en la perspectiva más actual, asume a los sujetos sociales como sujetos comunicativos, como individuos, pero especialmente como sujetos colectivos que se apropian de lo público, lo reflexionan y lo redimensionan, construyendo así la *capacidad de agencia* (Sen, 1999) para tomar decisiones sobre su propio desarrollo. En esta comunicación, el desarrollo es una construcción social y política que busca el cambio social (Rocha, 2008) (Cimadevilla, 2008).

Lo que queda claro con todo este recorrido es que esta comunicación es uno de los resultados de las inequidades sociales en muchos de nuestros países y de los conflictos sociales que emanan de ellos. Los conflictos pueden asumirse como procesos de interacción de tipo antagónico que se dan entre dos o más partes y que son co-construido por las propios actores. Se trata de situaciones en las que se presentan contradicciones y oposiciones de intereses, objetivos o valores donde las partes pueden verse afectadas por salidas o soluciones insatisfactorias para alguna de ellas o para ambas (Rocha, 2008: 63).

La relación saber - poder

Hablar de una comunicación participativa, para el desarrollo, popular, alternativa o para el cambio social, es asumir una postura política frente a los procesos sociales, políticos y, obviamente, comunicativos. Y, por supuesto, si asumimos a esta perspectiva de la comunicación como campo académico, no podemos dejar de lado lo político. En suma, un campo académico – la enseñanza y la investigación – es igualmente una apuesta política.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Uno de los autores que más ha trabajado este tema es Boaventura de Sousa Santos con sus libros *Una epistemología del sur* (2009) y especialmente *Descolonizar el saber, reinventar el poder* (2010). Lo que propone este autor es bien sugerente: identificar cómo el colonialismo europeo destruyó el conocimiento propio de los pueblos, y reconocer que ese colonialismo ha continuado en las mentalidades, en la cultura y en la epistemología. Este autor habla del pensamiento abismal. Ese pensamiento se centra en la división de las experiencias, de los pensamientos y de los saberes entre los que son visibles y útiles y los que son invisibles, que muchas veces son considerados violentos.

Uno ejemplo de estos personajes invisibles son los movimientos sociales, las organizaciones campesinas o étnicas, que muchas veces no fueron visibilizadas porque el pensamiento eurocéntrico privilegia a los partidos y en menor medida, a los sindicatos. Lo que se nota es una distancia entre la teoría y la práctica. La teoría es eurocéntrica y la práctica es popular. La teoría habla de los visibles y la práctica es propia de los invisibles. Boaventura De Sousa Santos sostiene que esa distancia es epistemológica y hasta ontológica. Propone la construcción de teorías ya no tanto de vanguardia sino de retaguardia. Es decir, teorías y conceptos que acompañen a los movimientos y organizaciones sociales, pero cuestionándolos, problematizándolos, pero a la vez, buscando nexos, comparándolos y visibilizándolos.

Hay un concepto que usa este autor que para nosotros resulta de enorme importancia: la sociología de las ausencias. Para De Sousa esta sociología es aquella investigación que tiene como objetivo mostrar aquello que no existe, como alternativa a lo que existe. La primera lógica de esta sociología de las ausencias es *la monocultura del saber* y el *rigor del saber*. Ésta está basada en el conocimiento moderno como el único. La segunda lógica es la *monocultura del tiempo real*. Según esta lógica, la historia tiene un tiempo único y lineal. La tercera lógica es la *lógica de la clasificación social*. En esta

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

lógica hay una clasificación de lo social de tal forma que se naturalizan las diferencias. La cuarta lógica es *la lógica de la escala dominante*. En esta lógica la escala mundial y global están por encima del resto de las otras escalas, como la local. La quinta y última lógica es *la lógica productivista*, que sostiene que la vida en esencia es productividad.

En vista de lo anterior, el autor nos propone una sociología de las emergencias, que consiste en “una ampliación simbólica de los saberes, prácticas y agentes de modo que se identifiquen en ellos tendencias de futuro (lo todavía no) sobre los cuales es posible actuar para maximizar la probabilidad de la frustración” (De Sousa Santos, 2010, p. 26). Al final propone la construcción de un pensamiento posabismal, que se basa en la ecología de saberes. Esta ecología no es más que un diálogo intercultural entre saberes que redunde en producción colectiva de conocimiento y en el reconocimiento de las múltiples visiones de mundo.

En la presente investigación, esta concepción neomarxista resulta de enorme valor. ¿Realmente se promueve la ecología de saberes desde la formación en este campo y se reconoce, comprende y anima desde la investigación? A lo mejor la preocupación de Thomas Tufte (2012) gire en torno a eso mismo, al reconocimiento de otras ciudadanías como otras formas de construcción del “nosotros”. La investigación que se presenta en los capítulos siguientes confirma que la ecología de saberes es propia de este campo.

En esta concepción, la relación saber – poder es clave, como también lo es para esta investigación. Por esa razón también las posturas de los posestructuralistas pueden tener un lugar en la discusión teórica que sustente este trabajo. Michel Foucault es el autor más importante de esta corriente filosófica. Francisco Ávila Fuenmayor (2007) sostiene que para Foucault analiza el poder, lo hace para determinar sus mecanismos, sus implicaciones, sus relaciones, los distintos dispositivos de poder que se utilizan en determinados momentos. Frente a los saberes, este autor habla de los saberes

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

sometidos, que son fundamentalmente los saberes de la historia que se encontraban engavetados, pero también aquellos conocimientos descalificados por muchos, que no correspondían a los de las élites, y que este autor los llama, *los saberes de la gente*.

Foucault supone que hay una insurrección de los saberes locales, discontinuos, descalificados, contra un saber único, científico y organizado, muy ligado a la institucionalidad. Ese saber unívoco es un discurso de poder. Y la crítica que se hace a esos otros saberes de la gente, refuerza el discurso de poder. El poder lo envuelve todo, lo mimetiza, lo destruye, lo desprecia, así ocurre con el conocimiento que se ha llamado científico.

Cuando Foucault habla de la arqueología del saber, se refiere al método de análisis de las discursividades locales y la genealogía – que no es más que la manera como esos saberes sometidos encuentran la posibilidad de liberarlos para que puedan luchar por su existencia y visibilidad -, de tal manera que se permita el juego de esas discursividades y saberes liberados.

Foucault supone que el poder es esencialmente aquello que reprime. Si nos referimos al saber, el poder está en la represión de los saberes considerados como científicos frente a los no científicos, frente al saber popular o de la gente del común.

Claro que el poder no sólo se manifiesta a través de la negación o la descalificación de los saberes sometidos, hay otros mecanismos mucho más explícitos para ejercerlo, como la represión. Las relaciones de poder son aquellas que pugnan por el control del poder, y así las cosas, en ese juego de poder lo que se busca es la sumisión del contrario. Aquí el poder se convierte en una estrategia para ejercerlo.

El poder como estrategia es clarificado por Michel Foucault (2002) a través de la visión panóptica del poder. Este autor aseguró que nos encontramos en una sociedad de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

la vigilancia que perfeccionó los dispositivos disciplinarios para hacerlos mucho más controladores. Foucault usa la metáfora del panóptico para hacernos ver que nos encontramos en un sistema que nos obliga a un determinado modelo de comportamiento.

El panóptico para Foucault es un espacio físico, como una cárcel, en la que arquitectónicamente todo está dispuesto para ser vigilado. En ese lugar hay celdas y otros espacios en los que los prisioneros no pueden ver a quienes los vigilan, pero sin embargo, se saben vigilado, lo que le produce pasividad y sumisión. El panóptico busca preservar el orden y ordenar el desorden. En este caso, el desorden son los comportamientos que van en contravía de lo establecido y, por supuesto, los mismos conflictos. El poder de la disciplina es la forma como se alcanza el orden. Ese poder está en las manos del dominante. El poder para disciplinar al dominado.

Estas modalidades del poder y la relación entre el saber y el poder son fundamentales para el desarrollo conceptual de esta investigación. No es posible comprender la educación y la producción científica, y más en el campo de la comunicación participativa, si nos involucramos en esta discusión que no sólo es académica, sino política.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Analizar la constitución del sujeto académico del campo académico de la comunicación participativa en América Latina en el presente milenio, tomando como base los subcampos educativo y científico, para determinar cuáles son los capitales intelectuales en juego, qué se produce (investiga) y qué se reproduce (enseña).

1.4.2 Objetivos específicos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- Analizar la epistemología del campo de la comunicación participativa desde sus orígenes hasta nuestros días.
- Estudiar los escenarios, los agentes, las instituciones y las prácticas que son objeto de investigación latinoamericana en este campo para determinar qué se investiga en este campo académico y sobre qué se produce conocimiento.
- Analizar las pretensiones académicas de la formación de maestría en el continente con un enfoque hacia una comunicación transformadora como ésta, tomando como base los programas de estudio y sus agentes, para comprender la perspectiva político – académica del campo.

1.5 Metodología y técnicas

Esta investigación se enmarca en lo que Habermas llama al interés emancipatorio como “ciencias críticas”. Es decir, este autor afirma que estas ciencias contribuyen a la conciencia crítica, la autoreflexión y la autoformación del sujeto para transformar las condiciones de vida. En estas “ciencias” el objeto de investigación ya no existe. Lo que hay son sujetos que no se estudian, sino sujetos que investigan su realidad para criticarla y buscar alternativas de transformación.

El maestro Carlos Eduardo Vasco (1985) habla así de este interés de las “ciencias críticas”:

El interés emancipatorio busca descubrir todas aquellas ataduras de la realidad, todas aquellas esclavitudes de las que somos todos víctimas más o menos inconscientes, y busca la mejor manera de romper esas cadenas. Busca entonces, liberar, emancipar, y podría llamarse también "interés liberador". El estudio del

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

quehacer científico correspondiente produce disciplinas llamadas críticas o crítico-sociales. (p. 5).

Las “ciencias” con menor desarrollo son las “ciencias socio-críticas o críticas”. Muchos incluso creen que éstas no son ciencias porque hay de por medio posiciones ideológicas, y eso le quita científicidad. Pero también no han sido del todo asumidas por lo dispendioso que son y por el compromiso que conllevan. Hacer investigación socio-crítica es trabajar con otros para la emancipación, y esa no es una tarea fácil.

En este interés emancipatorio no es suficiente la comprensión de las prácticas sociales, sino, como lo describe Alfonso Torres, “la liberación de los factores que condicionan una realidad social” (Torres, 1999). En este enfoque hay una preocupación muy grande por develar, desenmascarar aquello que oprime a la sociedad: como ciertas normas sociales o políticas, el poder de muchas de las estructuras sociales, las ideologías dominantes, las prácticas de dominación, etc.

Habermas reconoce con este enfoque una buena cantidad de científicos sociales, que desde la historia, la sociología, la antropología, la psicología y las ciencias de la educación, han buscado con sus trabajos investigativos darle un sentido crítico a lo investigado y poner sus conocimientos al servicio de los intereses emancipatorios de la sociedad.

En este enfoque la neutralidad no existe. No puede existir porque el interés es contribuir con la emancipación de los sujetos. Emancipar es salir de la sujeción en la que se encuentra una persona o un grupo. Sólo se sale de ese estado si se asume una postura política y crítica. Por tanto, este enfoque crítico o socio crítico es des-neutral.

Pero además este enfoque es reflexivo y autoreflexivo. Es reflexivo porque la crítica así lo requiere. Es indispensable refinar la crítica reflexiva y para ello se

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

contextualiza la investigación. Es decir, en este enfoque el contexto es fundamental para la construcción de inteligencias colectivas que contribuyan a la reflexividad crítica. La autoreflexividad es de igual importancia, dado que el individuo solo alcanza su libertad, si le da sentido crítico a su propia práctica y existencia.

Así las cosas, el binomio reflexión – acción está muy presente en este enfoque. La reflexión es crítica y autocrítica sobre las mismas prácticas. La reflexión no se hace con el único propósito de comprender las prácticas desde el sentido que le otorgan los sujetos, sino también desde sus implicaciones políticas, sociales, educativas, culturales y económicas, y para transformarlas, para hacerlas significativas desde el punto de vista político y social.

Esta investigación es eminentemente reflexiva y crítica sobre las prácticas investigativas y de enseñanza aprendizaje de las maestrías objeto de análisis. No es una investigación participativa, pero en ella sí se indaga sobre el conocimiento producido y por las prácticas que llevaron a ese conocimiento.

Frente al análisis de las maestrías en el campo de la comunicación participativa, tenemos:

Los posgrados estudiados son los siguientes: a) la Maestría en Comunicación de la Universidad del Norte (Colombia); b) la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la Universidad Santo Tomás (Colombia); c) la Maestría en Comunicación Social, con opción de Comunicación para el Desarrollo Social, de la Universidad Católica Andrés Bello, UCAB (Venezuela); d) la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales, PLANGESCO, de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina); e) la Maestría en Comunicación y Desarrollo, de la Universidad de Costa Rica; f) la Maestría

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

en Comunicación para el Desarrollo, de la Universidad Nacional del Este (Paraguay); g) la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, de Uniminuto, Corporación Universitaria Minuto de Dios (Colombia); h) la Maestría en Comunicación y Cambio Social, de la Universidad Iberoamericana de Puebla (México); i) la Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación, de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA (El Salvador); j) la Maestría en Comunicación – Educación en la Cultura, de Uniminuto, Corporación Universitaria Minuto de Dios (Colombia); k) la Maestría en Comunicación Estratégica, de la Universidad Andina Simón Bolívar; y m) el Programa de Posgrado en Comunicación Social, y en especial la línea de investigación en Comunicación y Transformación Social, de la Universidad Metodista de Sao Pablo (Brasil).

Estas doce maestrías son analizadas bajo las siguientes técnicas: análisis de contenido de los syllabus y los programas de estudio, y entrevistas a estudiantes, docentes y egresados.

Se realizará un análisis exhaustivo sobre los currículos o diseños curriculares de todos y cada uno de estos programas posgraduales. El objetivo del análisis es comprender cuáles son las categorías conceptuales y en general las apuestas académicas de estos programas.

A ello se suma, 35 entrevistas estructuradas, distribuidas entre profesores, egresados y estudiantes de cinco de los posgrados estudiados. El objetivo de estas entrevistas es comprender las prácticas o los habitus académicos tanto de estudiantes como de docentes y egresados de estos programas posgraduales para determinar cuáles son los capitales en juego y cuáles las tensiones producidas en el proceso de enseñanza –aprendizaje.

Frente al análisis de la investigación en esta área del conocimiento, tenemos:

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En el continente uno de los espacios más importantes para la socialización de las investigaciones es el Congreso de ALAIC. Este evento se lleva a cabo cada dos años en alguna universidad latinoamericana. Hay dos Grupos de Temáticos (GT) en los que se concentra la investigación en este campo: el de Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana, y el de Comunicación y Cambio Social.

Los últimos tres congresos de ALAIC han tenido lugar en la Universidad de Lima (Perú) en el 2014, en la Universidad Autónoma de México (México) en el 2016, y en la Universidad de Costa Rica en el 2018. En todos estos congresos se han presentado resultados de investigación en estos dos Grupos Temáticos.

En este proyecto se analizan 20 ponencias de cada uno de los dos Grupos Temáticos, por cada congreso, a través del análisis de contenido. Eso significa que serán examinadas 60 ponencias de cada uno de los grupos de trabajo. Es decir, en total se analizarán 120 ponencias que socialicen resultados de investigación.

Además de lo anterior, se realizaron 33 entrevistas estructuradas dirigidas a los investigadores que han presentado ponencias en estos dos Grupos de Trabajo y en los últimos tres congresos de la ALAIC. La entrevista tuvo la finalidad de constatar o desmentir aquello que emerge del análisis de contenido de las ponencias. Con la entrevista examinamos cuáles son los objetos de estudio construidos, estableceremos las relaciones entre estos objetos de estudio y el campo de la comunicación participativa, e indagaremos sobre las prácticas de investigación en este campo..

Al final este proyecto pretende contribuir a la comprensión sobre la formación y la investigación en el campo de la comunicación, el desarrollo y el cambio social, partiendo desde las prácticas de los sujetos académicos.

Capítulo 2

El estudio sobre el campo de la comunicación participativa

El presente capítulo tiene como función hacer un balance de la investigación y la formación en el campo de la comunicación participativa en América Latina desde el siglo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

pasado hasta nuestros días. Ese balance se construye basándose en las investigaciones que sobre la formación y sobre la misma investigación que se ha hecho sobre este campo práctico y académico.

En este recorrido, a modo de metainvestigación sobre la comunicación participativa, muestra varios hechos notorios. En las cuatro décadas del siglo pasado, la investigación en comunicación en Latinoamérica pasó por una investigación ideologizada sobre los medios masivos, una basada en las prácticas comunicativas transformadoras, otra absolutamente funcional frente al desarrollo, y en las dos últimas décadas, centradas en la cultura, y específicamente en las culturas populares. Buena parte de estas apuestas investigativas contribuyeron al desarrollo del campo.

La formación “no formal” también contribuyó a la incorporación de diferentes actores y agentes a este campo de acción y a la puesta en marcha de procesos alternativos y participativos desde una comunicación transformadora como ésta.

En el siglo XXI tanto la investigación como la formación en este campo tiene un auge inesperado, pero aún mínimo frente al de otras “especialidades de la comunicación”. La investigación sobre las prácticas comunicativas transformativas y participativas se convirtió en una particularidad de la investigación latinoamericana. Es una investigación no muy clara desde el punto de vista epistemológico y teórico, pero sí refleja la praxis que hay en esas experiencias comunicativas.

La formación, en tanto, también se ha incrementado: ya hay cursos, pregrados y posgrados con énfasis en esta comunicación. Todos ellos tienen como eje el análisis de esas prácticas comunicativas transformadoras y la formación acerca de ellas mismas. Es decir, la praxis comunicativa está en el centro del aprendizaje y del interaprendizaje.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Este es un recorrido por corrientes de pensamiento, investigaciones y reflexiones a lo largo de cincuenta años de desarrollo académico del campo de la comunicación, el desarrollo y el cambio social.

2.1. El campo de la comunicación en Latinoamérica en el siglo XX y la construcción del campo de la comunicación participativa

Aunque no parezca, la formación en comunicación lleva mucho tiempo en el continente latinoamericano. El primer programa académico de Comunicación Social de América Latina fue el de la Universidad Nacional de La Plata en 1934, desarrollado por la Escuela Argentina de Periodismo. En realidad el centro de su formación fue el campo del periodismo. A partir de aquel momento fueron naciendo innumerables escuelas de periodismo en todo el continente latinoamericano. La formación era esencialmente funcionalista, dado que recogía los preceptos norteamericanos acerca de las funciones de los medios y de cuál era el papel de la información y de los periodistas en el sistema social.

En cuanto a la investigación, el maestro Jesús Martín Barbero (2014) cuenta cómo se fue formando en América Latina el campo de estudios de la comunicación hacia los años sesenta, casi treinta años después de que comenzara la formación en este campo. Esos estudios estuvieron profundamente imbricados en la llamada “Teoría de la dependencia”, que buscaron incluir a los medios de comunicación en procesos de desarrollo más democráticos. En últimas lo que se buscó en esta década para Martín Barbero fue “el sentido de la comunicación en la emancipación de estos países” (p 22). Por esta razón la formación en comunicación en algunos países se concentró en la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

acción y conformación de los medios masivos de comunicación y en el reconocimiento de los medios alternativos.

Esa apuesta reivindicativa de la comunicación nació y se desarrolló en nuestro continente al tiempo con una corriente funcional/ difusionista que promovía el uso de medios como la mejor posibilidad de salir del sub desarrollo. Era una concepción que asimilaba el número de aparatos y medios al desarrollo, y a su difusión a la ampliación del horizonte de los pueblos y a la modernización educativa y cultural (Schramm, 2008).

Estas dos tendencias, la perspectiva crítica y transformativa, y la perspectiva difusionista y desarrollista dieron inicio al campo académico de la comunicación, el desarrollo y el cambio social.

Beltrán (2000) señala que la investigación en los 60 fue “una búsqueda con los ojos vendados” (p.29) por su carácter ideológico marxista o de corte funcionalista radical. Varios de los temas trabajados en la década del sesenta fueron: a) la distribución de mensajes en los medios masivos; b) el contenido de los medios masivos poco propicios para el desarrollo; c) la alienación, el conformismo y el consumismo; d) la concentración de la propiedad de los medios masivos; e) la publicidad como fuerza negativa; f) la influencia de los Estados Unidos sobre la televisión; g) el monopolio internacional de las noticias; h) los medios masivos y la educación; e i) la comunicación en el desarrollo rural.

En las dos siguientes décadas, la investigación en Latinoamérica parece asumir nuevos ojos para mirar la comunicación, pero sin perder los anteriores. Jesús Martín Barbero (2014) señala que fueron tres los hitos en los estudios de comunicación en la región en las décadas de los 70 y los 80. El primero fue “el proceso de liberación de la palabra propia”. Esa era la premisa que Paulo Freire asumía frente a la alfabetización y en

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

general frente a la educación: la posibilidad de la liberación (Freire, 2011). La palabra se convertía así en posibilidad de transformación de la realidad.

El segundo hito lo constituyó el estudio de los medios masivos, que tuvo en Pascuali a uno de sus principales exponentes (Pascuali, 1978). Pascuali indaga sobre los medios enfrentando a la concepción funcionalista de los medios y asumiendo una postura inspirada en los autores de la Escuela de Frankfurt, como Adorno, Horkheimer y especialmente a Marcuse, críticos de las industrias culturales y de la sociedad alienada.

En los países del sur, Héctor Schmucler de Argentina y Armand Matelart desde Chile aportaron su trabajo sobre los medios masivos, haciendo una lectura crítica e ideológica de éstos tomando como base la teoría de la dependencia y la semiología estructuralista. El libro "Para leer el pato donald. Comunicación de masas y colonialismo" de Matelart y Dorfman (1972) se convirtió en el libro base para comprender la manera como desde el norte se lee al sur y cómo está siempre presente la ideología dominante en esta tira cómica.

El tercer hito fue construido desde las prácticas comunicativas reivindicativas, como los procesos desarrollados en emisoras y radios comunitarias y populares en todo el continente. La experiencia ya anotada de las radios mineras en Bolivia y de la radio Sutatenza en Colombia, entre otras, fueron objeto de análisis por parte de investigadores como el mismo boliviano Luis Ramiro Beltrán (2005) y el paraguayo Juan Díaz Bordenave (2015). Esta fue una investigación mucho más descriptiva y de reconocimiento de esos procesos comunicativos alternativos y populares.

Al tiempo con esta mirada sobre los procesos sociales, hubo también un fuerte interés en las políticas nacionales de la comunicación de los países del continente. Luis Ramiro Beltrán (1976) fue quien lideró la investigación sobre este tópico con el apoyo de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

varios investigadores como Díaz Bordenave, Antonio Pascuali y Juan Somavía. Varios de estos autores terminaron participando activamente en la elaboración del Informe McBride sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (McBride, 1980). Este informe fue muy importante porque fue la primera vez que el mundo escuchó hablar de una comunicación alternativa, popular, de la necesidad de constituir políticas nacionales de comunicación y de la necesidad de la democratización de la comunicación.

Al final de los años 70 y principios de los 80 nacieron la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC, y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Felafacs. La ALAIC nació como resultado de la necesidad de articular los saberes del campo de la comunicación. Felafacs, en cambio, nace con el objeto de buscar nexos entre asociaciones y facultades que forman a los comunicadores de la región.

En estos primeros congresos se empieza a notar la influencia de los estudios culturales británicos en los estudios latinoamericanos sobre la comunicación, que ha perdurado por más de dos décadas. Autores como Jesús Martín Barbero (1991) y Néstor García Canclini (1990), desde América Latina, pensaron la comunicación desde la cultura. Martín Barbero, por ejemplo, desarrolló el concepto de mediaciones, que implica la lectura desde las matrices culturales de las realidades visualizadas por los medios. García Canclini encontró una característica propia de los pueblos latinoamericanos: la hibridez cultural. Los dos trabajaron el tema de la cultura popular, que también es central en el desarrollo de este enfoque teórico, y encontraron que estos valores y significaciones no corresponden exclusivamente a los sectores populares sino que ya son parte de otros sectores, dado que todos ellos se han hibridado culturalmente.

El desarrollo de la investigación en comunicación en el continente no fue a la par de la formación en comunicación en esta parte del mundo. A principios de la década del

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

90, Fuentes Navarro (1991) presentó un análisis sobre los programas de comunicación en la región y encontró que existía una crisis en la formación de los comunicadores. Esa crisis posee varias aristas. La primera es la oscilación de dos tendencias: los “teoricistas”, que buscan formar intelectuales de la comunicación, y los “pragmáticos” que quieren formar trabajadores de los medios. La segunda arista es la ineficacia de los esquemas pedagógicos que fragmentan el conocimiento. La tercera arista es la falta de formación de los docentes de los programas en comunicación. La cuarta arista es el distanciamiento con la “vida real” de la práctica profesional. Y la quinta, es el desconocimiento de la importancia de la investigación en los programas de estudio.

Como se nota, el campo de la comunicación participativa se ha ido desarrollando a partir de la investigación sobre las prácticas comunicativas transformativas y no tanto desde la formación “formal” en comunicación en el siglo XX. La investigación sobre los procesos comunicativos contrahegemónicos, la crítica a la influencia de los medios masivos, la preocupación por las políticas nacionales de comunicación en nuestros países, el reconocimiento de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, la reivindicación de las culturas populares y de lo popular, contribuyeron decididamente a la construcción de un campo académico como éste.

La formación “formal” en comunicación, en cambio, no aportó tanto a este campo. No son conocidas las escuelas de comunicación o periodismo que siguieran esta visión sobre la comunicación, con notables excepciones. El distanciamiento de la “vida real” de muchos de los programas de comunicación hizo que se desconocieran los procesos comunicativos transformativos y populares.

Luis Ramiro Beltrán (2005) aseguraba que esta comunicación nació primero de las prácticas que de la academia hace más de cincuenta años. Más bien la academia comenzó a estudiar y formar en esta comunicación mucho después de que se

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

desarrollaran experiencias latinoamericanas de comunicación popular y transformativas, como las radios mineras en Bolivia y de radio popular en el Perú, Colombia, y en varios países centroamericanos y del sur del continente. Según Beltrán ya son más de cincuenta años de prácticas comunicativas de esta naturaleza.

Quienes sí hicieron un aporte fundamental a este campo fueron las organizaciones no gubernamentales y los centros de estudios no vinculados a la educación formal. Uno de ellos fue el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, que a través de cursos y talleres formó comunicadores y periodistas para la transformación social, lo mismo que agentes del desarrollo y comunicadores populares. Y de la misma forma, la Acción Cultural Popular, ACPO, el Centro de Investigaciones y Educación Popular, CINEP, en Colombia, la Asociación de Comunicadores Populares CALANDRIA en Perú, el Centro de Comunicación Educativa La Crujía en Argentina, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, Radio Nederland Training Centre en América Latina, RNTC, entre otras, formaron de manera “informal” tanto a comunicadores como a líderes sociales, campesinos, actores urbanos y agentes institucionales en el uso de medios y en la gestión de procesos para la transformación de las realidades desde la comunicación.

De allí emergen tres textos que fueron fundamentales para el campo: en primer lugar el libro “El comunicador popular” de Mario Kaplún (1985), que hace una especial atención a las prácticas de la comunicación y la educación; el segundo es el libro “La Mediación Pedagógica” de Daniel Prieto Castillo y Francisco Gutiérrez (1994), que se centra en el tratamiento de los contenidos y las formas de expresión de los temas con el fin de hacer posible el acto educativo; y el tercero es el libro “De la conquista de la ciudad

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

a la apropiación de la palabra” de Rosa María Alfaro (1988), en el cual se presenta una experiencia de mujeres comunicadoras populares en una plaza de mercado en Lima.

Estos libros se suman a una gran cantidad de materiales formativos que estas entidades editaron e imprimieron y con las cuales se formaron cientos de comunicadores populares en todo el continente.

2.2 La investigación sobre el campo de la comunicación el desarrollo y el cambio social en el siglo XXI

En este apartado presentamos los antecedentes en la investigación sobre este campo en América Latina. Podríamos decir que los antecedentes son circunstancias anteriores que nos sirven para juzgar hechos posteriores. En este estudio, los antecedentes corresponden a los desarrollos investigativos y teóricos, sobre la formación y la investigación que preceden y sustentan el estudio sobre el campo de la comunicación, el desarrollo y el cambio social en el presente siglo en el continente.

2.2.1 La producción de conocimiento en el campo

Hay muchos autores que han hecho balances teóricos de la investigación en comunicación en América Latina. Martín Barbero (2009), por ejemplo, señala cómo las agendas de la investigación en/sobre la comunicación debieran provenir de las necesidades de los ciudadanos y de los países, más que del mismo campo. Lo anterior implica un permanente diálogo de saberes entre la academia y su contexto. Torrico (2008), entre tanto, hace un balance de cómo una red de investigadores de la comunicación como ALAIC desde su creación se ha propuesto promover la investigación

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de la comunicación en América Latina. Este recorrido de ALAIC le hace pensar a este autor que hoy la investigación en comunicación encontró en la democracia una posibilidad de emancipación, la democracia como una utopía distinta. Lo cierto es que la investigación en comunicación está aún en construcción, está asentada en un sistema político, que muchas veces no es del todo equitativo, y centrada en los sujetos y en los procesos, más que en los medios y las tecnologías.

El autor que sí realizó un estudio no sólo teórico sino también empírico sobre la investigación en comunicación en América Latina fue el profesor venezolano Gustavo Hernández (2012). Este investigador realizó un estudio muy interesante sobre cuáles son las tendencias y perspectivas en la investigación en comunicación desde los encuentros de ALAIC, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

Hernández encontró varias cosas relevantes: una, que cada vez son más los centros de formación y de estudio sobre la comunicación. En el año 1940 existieron tres escuelas de Comunicación en Latinoamérica, en el 80, 163, y en el 2009 ya son 1.742. Lo anterior pone de relieve la importancia que le concede la sociedad a la comunicación social, al igual que la empresa, dado que la diversidad de la formación es bastante grande.

Dos: examinando las ponencias que llegan a los congresos de ALAIC, el autor encontró que en este nuevo milenio hay una gran influencia de los autores fundacionales latinoamericanos en los trabajos presentados. Tres: hay un acercamiento cada vez mayor a los enfoques antropológicos y sociológicos y un distanciamiento a los enfoques positivistas tradicionales en los estudios de comunicación. Cuatro: la investigación en comunicación tiende hacia los estudios de recepción, las tecnologías, las mediaciones culturales, la sociología de las profesiones, la epistemología, los análisis de discurso, los

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

estudios sobre periodismo, la historia de la comunicación, la comunicación política y los medios.

Lastimosamente Hernández no tuvo en cuenta para este análisis la producción académica de dos de los grupos de este campo: ni el Grupo Temático de Comunicación y Cambio Social ni tampoco el Grupo Temático de Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana.

La investigación en el campo de la comunicación participativa social ha ido aumentando en calidad y cantidad. Así lo demuestran los trabajos presentados en estas dos décadas del presente siglo los Grupos Temáticos de ALAIC anotados, las ponencias presentadas en los encuentros de la Asociación de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), en la Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación (CONFIBERCOM), y en los Encuentros Nacionales de Facultades de Comunicación o de Carreras de Comunicación (ENACOM).

Ahora, frente a la producción de conocimiento en el campo de la comunicación participativa son contados los estudios que se encuentran al respecto. Son pocos los países en los que se ha indagado sobre la producción investigativa en este campo.

Uno de ellos es el caso de Colombia. Un grupo de investigadores colombianos hicimos un estado del arte de la investigación en comunicación y desarrollo en el país en la primera década de este siglo (Herrera, 2011). En este trabajo se encontró que en el presente milenio se han desarrollado 29 investigaciones centradas en este tipo de comunicación. La gran mayoría de ellas asume a la comunicación como un proceso, se propicia la participación de las comunidades, se habla de un desarrollo a largo plazo, se le da importancia a la capacidad de sinergia de los grupos humanos, y se otorga un papel

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

importante a aspectos como la cultura, la identidad, los derechos y la educación. Estas investigaciones son de carácter crítico social y hermenéuticas.

Raúl Fuentes Navarro (2010) estudió las tesis de grado de los posgrados en comunicación en México. Sólo se encontraron siete investigaciones entre 1996 y 2005 centradas en el campo de la comunicación participativa. Y el autor más mencionado en esos trabajos es Clifford Geertz. Lo anterior demuestra que en este país este campo específico de la comunicación no es muy relevante.

En Argentina, Susana Morales (2018), sostiene que las investigaciones sobre lo popular, la alternatividad mediática y la comunicación democrática han sido vitales en la investigación de ese país, especialmente en los años 90 y principios de este milenio.

En Brasil la investigación sobre la comunicación popular y comunitaria ha sido muy significativa. Maria Immacolata Vasallo de Lopes (2018) relata cómo desde la década del 70 se vienen haciendo indagaciones sobre la “comunicación dialógica”, siguiendo los postulados de Paulo Freire, en diferentes universidades y centros de apoyo promoción de esta comunicación. Temas como la “educación para los medios” o “lectura crítica” se han trabajado en instituciones como la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social (UCBCS) desde hace varias décadas.

En Uruguay, Gabriel Kaplún (2018) cuenta cómo en ese país la perspectiva de los “alternativistas” fue muy desarrollada por los pioneros de la comunicación popular. El más reconocido de ellos fue Mario Kaplún, con sus libros *El comunicador popular* (1985) y *A la educación por la comunicación* (1992). En este milenio la investigación se ha concentrado en la comunicación y los movimientos sociales, los sindicatos y el mundo del trabajo. Las líneas de investigación más trabajadas en este campo son la comunicación y la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

educación, las políticas democráticas de la comunicación, y las “alternativas mediáticas”, liderada por el propio Gabriel Kaplún.

A pesar de la práctica de comunicación popular en Bolivia, la investigación sobre este tema no ha sido significativa en el anterior milenio. Sólo Luis Ramiro Beltrán ha aportado a este campo no solo para su país sino para todo el continente. Karina Herrera (2018) sostiene que en este siglo hay una renovación y avance en la investigación comunicacional, al integrar temáticas como la comunicación alternativa, la comunicación y el desarrollo y la comunicación, la política y la cultura. El tema de la decolonialidad en la comunicación es una apuesta de varios investigadores y centros de formación en comunicación en este país.

A nivel latinoamericano hay tres trabajos que se concentraron en la investigación en este campo. El primero es el de Gustavo Cimadevilla (2008). En su estudio se plantearon cinco tesis y una semblanza para responder a los rasgos que caracterizan a los escritos y prácticas académicas del campo del binomio – como lo llama él- de la comunicación – desarrollo en la década del dos mil en América Latina. Este estudio lo realizó partiendo de las ponencias enviadas al Grupo Temático Comunicación, Tecnología y Desarrollo de los congresos de ALAIC.

La primera tesis sustenta que la comunicación se ha constituido en una condición necesaria pero no suficiente para los procesos de desarrollo, que son procesos de intervención para este autor. Eso significa que la comunicación se subordina al desarrollo. La segunda tesis dice que la relación comunicación – desarrollo, primero fue descriptiva, luego avanzó hacia lo interpretativo y se proyecta hacia lo crítico. La tercera tesis se centra en una sospecha: el paso de los estudios simples a la complejidad comunicacional, así como también, se cuestiona la legitimidad y pertinencia de las transformaciones sociales. La cuarta tesis sostiene que a este campo han llegado nuevos conceptos que se

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

están usando sin una consistencia argumentativa. Es decir, Cimadevilla sostiene que se asumen algunos conceptos que incluso van en contra de las prácticas comunicativas transformadoras. La quinta y última tesis se centra en la llegada de las modas intelectuales a este campo del binomio comunicación – desarrollo que fueron asumidas rápidamente sin que se sistematizara lo desechado. Hay una pérdida de la memoria académica en este campo por estar al día en estos conceptos.

El segundo estudio es el de Carlos Del Valle Rojas (2012) (2007), quien hace una interesante reflexión metateórica sobre este campo. Es decir, mira desde la propia teoría, cómo se ha constituido este campo en América Latina. Encuentra, por ejemplo, que desde el punto de vista epistemológico hay dos grandes enfoques: uno, basado fundamentalmente en las teorías de la modernización – léase la difusión de innovaciones y el marketing social -, y el otro, estructurado a partir de las teorías de la dependencia, en el cual se encuentra la comunicación participativa, para el cambio social y para el desarrollo.

Este autor está interesado en conocer si se ha desarrollado una perspectiva crítica y compleja en este campo. A partir del análisis teórico de documentos, experiencias presentadas en congresos y otros eventos y la producción audiovisual de algunas comunidades encontró que hay una perspectiva autocrítica y ética de las experiencias, una crítica bien cimentada a la estructura de los medios, y además hay una crítica al modelo de democracia existente.

Con todo ello se constituye una nueva forma de pensar la comunicación. Del Valle Rojas encontró que sí existe una manera particular de asumir la comunicación: hay una incorporación de una perspectiva autocrítica, hay reflexiones éticas sobre las experiencias, se valoran los saberes de las comunidades, y con ellos se generan

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

propuestas y se construye una perspectiva crítica hacia los medios, y en especial hacia lo massmediático.

El tercer trabajo es el de Ángel y Barranquero (2015). Estos investigadores realizaron un análisis bibliométrico de las publicaciones sobre el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social en diez revistas latinoamericanas, entre los años 2009 y 2013. Se escogieron estas revistas porque aparecen en el índice H de Google ScholarMetrics aplicado al área de comunicación.

Más de la mitad de los 199 artículos encontrados se centran en debates teóricos o epistemológicos, el 19 por ciento son sistematizaciones de experiencias, y el 18 por ciento son investigaciones propiamente dichas. Los temas más trabajados tienen que ver con los medios de comunicación como agentes del desarrollo, y entre ellos, las radios comunitarias como agentes de cambio social. Otro tema importante – y lo demuestra el alto porcentaje de artículos encontrados - es la reflexividad sobre el mismo campo, sobre sus presupuestos y sus metodologías.. Y otro ámbito de trabajo importante es la relación entre las TICs y los movimientos sociales, y en menor medida las acciones colectivas y el buen vivir.

Ángel y Barranquero concluyen argumentando que el que una parte importante de estos artículos se concentren en lo epistemológico del campo resulta paradójico porque en este campo la práctica antecede a la teoría. Este resultado es bastante cuestionable porque implicaría, de un lado, que solo se puede conocer de las investigaciones en este campo si pasan por los parámetros del capitalismo cognitivo, y en este caso si son aceptadas en revistas indexadas; y de otro lado, porque se conoce y en esta investigación es evidente que la investigación más desarrolladas es sobre las prácticas comunicativas transformativas.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Barranquero (2016) sostiene que aún no existe en este campo un objeto de estudio teórico bien definido. Es decir, a pesar de que en los textos analizados hay un acercamiento a la parte conceptual del campo, no hay trabajos académicos que acoten las fronteras epistemológicas del campo, aun cuando sí hay algunos objetos de estudio. Algunos de ellos son los medios alternativos, los componentes alternativos de los medios masivos, los movimientos sociales y las TIC, los procesos educomunicativos, la comunicación en el ámbito de las agencias e instancias de cooperación y desarrollo, la comunicación y las ONG, y la brecha digital.

Como vemos, en los estudios que se han realizado sobre la investigación en este campo en América Latina presentan resultados opuestos. Mientras Cimadevilla asegura que en las investigaciones se asume a esta comunicación como subordinada al desarrollo, Del Valle Rojas encontró que hay dos enfoques, uno muy instrumental, tal y como lo presenta el anterior autor, y el otro basado en los procesos. Igual, mientras Cimadevilla sostiene que en este campo se vienen asumiendo conceptos nuevos de manera un tanto acrítica, Del Valle piensa que en los estudios de esta comunicación se percibe un concepto de comunicación participativa significativo, cercano a lo esbozado por Ángel y Barranquero acerca de las investigaciones en este campo.

Esas diferencias se deben a los objetos de estudio construidos y por las fuentes utilizadas. Cimadevilla se centró en el estudio de la relación del binomio “comunicación – desarrollo”, y Del Valle está más preocupado por cómo se asume tanto la perspectiva crítica como la compleja en esta perspectiva de la comunicación. Esas opciones de sentido son bien distintas, así se trate de la misma comunicación. En cuanto a las fuentes, Cimadevilla analizó las ponencias que llegaron a los congresos de la ALAIC en el presente siglo, y más concretamente al Grupo Temático de Comunicación, Tecnología y Desarrollo. Del Valle asumió los documentos teóricos tanto de autores muy conocidos en

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

este campo como de organizaciones promotoras de esta comunicación para su estudio metateórico. Ángel y Barranquero analizaron diez revistas indexadas latinoamericanas. Las fuentes son también muy distintas, y esas diferencias se hacen visibles en los análisis.

Hay también coincidencias en los trabajos. Por ejemplo, Barranquero (2016) supone que hay algo así como una enorme dispersión conceptual que distinga a esta disciplina, y Cimadevilla (2008) sostiene que en las investigaciones estudiadas se usan conceptos sin mucha argumentación y sustentación. Lo anterior pone en evidencia dos cosas: por un lado, hay una evidente confusión acerca de lo que puede ser un campo de la comunicación como éste. Las disciplinas poseen en sí mismas un objeto de estudio claro y distinto y una metodología. Los campos, en cambio, son espacios de tensión y conflictos de poder entre los agentes por alcanzar el mayor reconocimiento. Así las cosas, en un campo – como el de la comunicación participativa- pueden presentarse varios objetos de estudio y entrar en tensión varios conceptos, pero en una disciplina no tanto. Y en segundo lugar, lo que queda claro es que hay una amalgama de diferentes construcciones conceptuales, no siempre con sustento teórico. Eso puede deberse a lo nuevo del campo académico y a que se le ha dado preeminencia a las prácticas comunicativas y no tanto a su conceptualización.

Ahora, si hacemos un balance de la investigación en este campo en este siglo, podemos apoyarnos en lo expresado por la investigadora Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2012) acerca de la investigación en comunicación. Ella sostiene, basándose en Bourdieu, que hay una relación entre el sujeto (colectivo) y el objeto (el estudio). Eso significa que el sujeto objetiviza su objeto, lo construye, lo hace suyo. También hay una relación entre el sujeto (colectivo) y el conocimiento (el mismo campo de la comunicación). También ésta es una relación objetivada y social. Y hay una tercera

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

relación entre el objeto (el estudio) y el conocimiento (que se asume aquí como el campo de la comunicación). Y esta es una relación epistémica. Esta última es la relación que más se ha trabajado, como se percibe en los estudios anteriores de Del Valle (2012) y de Cimadevilla (2008), lo mismo que los de Hernández (2012) y Herrera (2011). La única investigación encontrada sobre el objeto de estudio y el conocimiento desde esta perspectiva comunicativa es el de Ángel y Barranquero (2015), pero como ya vimos, con problemas de legitimidad académica y social.

Así las cosas, la novedad de este proyecto es su centralidad en los sujetos o comunidades del saber que construyen este campo y objetivizan sus objetos de estudio. Lo que se busca en este proyecto es una reflexión sobre este proceso, en el cual los investigadores al objetivar su objeto, reconstruyen o redefinen el campo de estudios de la comunicación, el desarrollo y el cambio social.

Los investigadores ponen en juego sus capitales culturales en un permanente juego de poder. Algunos de esos capitales se convierten en dominantes frente a otros. Los investigadores asumen posiciones en el campo, adquieren habitus para moverse dentro de este campo, algunos de ellos utilizan estrategias de conservación y otros de resistencia al pensamiento dominante. En últimas, es el sujeto investigador (como individuo y como colectivo) el agente del campo del campo de la comunicación participativa. Es él quien objetiviza su objeto de estudio, construye y deconstruye este campo a partir de sus experiencias de vida, sus intereses y sus capitales culturales apropiados, y es él quien asume ciertas formas de actuar dentro de este campo.

2.2.2 La formación en el campo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La formación en comunicación en el continente es caótica según el estudio más grande realizado hasta el momento sobre la formación de los comunicadores (Felafacs, 2009). Lo es porque, en primer lugar, el estatuto epistemológico del campo es difuso. Algunos piensan que es una rama de las ciencias sociales y otros piensan que es una “super disciplina”, con problemas propios que acogen otras áreas del saber. Esa indefinición epistemológica no le ha permitido posicionarse institucionalmente. Y en segundo lugar, la demanda está dirigida hacia la especialización y por eso la formación está girando hacia ese lugar, eso implica que hay una presión del mercado cada vez más fuerte, aun cuando no siempre los centros de formación han encontrado la clave para satisfacer esas demandas.

En el año 2009 existían 67 centros de enseñanza en comunicación en Centro América y el Caribe, 1006 en México, 193 en el área Andina, 115 en el cono sur, y 361 solo en Brasil.

En todos estos espacios formativos se ofertan programas de pregrado y posgrado con énfasis distintos. En los programas de pregrado, por ejemplo, buena parte de ellos centra su formación en el periodismo, la producción audiovisual, la comunicación corporativa y empresarial y hasta en esta comunicación popular y participativa.

La sistematización de los cursos centrados en esta perspectiva es muy importante para la formación. Marzán y Mescia (2014), cuentan cómo desde el Curso – Taller de Comunicación Comunitaria de la Universidad de Cuyo en Argentina se promueve el reconocimiento de prácticas comunicativas transformadoras, y se convierte este curso en un espacio de interacción, diálogo y de co-reconocimiento de la palabra. Algo parecido ocurre en la Pontificia Universidad Católica de Chile (Condeza, Montenegro y Gálvez, 2015), con la experiencia de formación en Comunicación, Pobreza y Desigualdad. En

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

estos cursos de pregrado y posgrado se promovió el derecho a la comunicación y a la información de poblaciones marginales de Chile.

Patricia Fasano (2016) hace un estudio sobre el área de Comunicación Comunitaria de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), en Argentina. En esta área se asume a la comunicación comunitaria como una experiencia de transformación política. Esa transformación va anclada en la dimensión comunitaria de la vida social, y esa dimensión se define por la pertenencia a un “nosotros”. Por tanto lo que se propone esta área es fortalecer los componentes comunitarios de la producción de sentido colectivo.

Ahora, en cuanto a los programas de estudio también hay investigaciones que muestran cómo se ha ido construyendo el campo de formación en comunicación, desarrollo y cambio social en los países latinoamericanos. Al final de la primera década de dos mil, realizamos una investigación sobre la formación en comunicación, desarrollo y cambio social en Colombia (Rocha (2010), y encontramos que en aquel tiempo ya había grupo de universidades y de pregrados que tenían como eje a la comunicación para la transformación social. En total se encontraron 10 programas de pregrado que nacieron y se desarrollaron a partir los postulados de la comunicación popular, comunitaria, para el desarrollo o el cambio social. Uno de ellos es la perspectiva de comunicación para lo común de la el programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Tolima (Díaz y Jaime, 2014). Esta es una propuesta que pretende descolonizar los modos de ser, hacer y saber, y de esa forma consolidar una propuesta crítica, construida y desarrollada por sujetos descolonizadores y entornos académicos, sociales y políticos descolonizados.

De la misma forma, Lahni (2014) pone de manifiesto cómo desde el campo de la comunicación comunitaria en Brasil se ha ido formando en periodismo y en el derecho a la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comunicación. Pizarro, Luyo, Acevedo, Arce y Chirinos (2014) hacen un análisis del perfil profesional de la especialización en Comunicación para el desarrollo de la Pontificia Universidad Católica del Perú y su inserción en el mercado laboral. Los resultados muestran que los egresados de la Especialidad han logrado un significativo nivel de inserción laboral, así como una constante ampliación de sus ámbitos de intervención.

Es muy importante resaltar el proceso de construcción de dos planes de estudio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (Rodrigo, 2016). Federico Rodrigo hizo un recorrido epistemológico de cómo se ha dado el proceso de institucionalización del campo de la comunicación en esos programas hasta el día de hoy, empezando desde los estudios culturales latinoamericanos y llegando hasta la búsqueda de una comunicación democrática y emancipatoria.

Esta apuesta por una comunicación participativa fue una búsqueda compartida por la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de Quilmes, también de Argentina, por la Universidad Andina Simón Bolívar, de Bolivia y por la Universidad Católica del Perú (Díaz, 2009). En una publicación denominada “Redes para el cambio social”, profesores e investigadores de estos centros educativos debaten en torno a un campo que aún no es mayoritario en sus países, como es la comunicación para el cambio social, pero sí es fundamental como apuesta comunicativa y política. En este texto se hace un análisis de lo que implica la comunicación para el cambio social y de su relación con las prácticas emancipatorias, con la comunicación popular, con la comunicación comunitaria y con el contexto sociopolítico argentino.

Así mismo, la extensión universitaria ha acompañado la constitución de este campo de formación. Un ejemplo de ello es el Centro de Comunicación para el Desarrollo – CCD- adjunto al Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Cienfuegos en Cuba (Mena y Álvarez, 2014). Es un Centro

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

que promueve y ejecuta estrategias comunicativas transformativas en provincias y municipios cubanos, como en la municipalidad de Cumanayagua.

El estudio sobre los posgrados es bien particular. La existencia de maestrías en Comunicación en América Latina es aún insuficiente, a pesar de que en la década del 90 comenzaron a surgir programas de posgrado de esta naturaleza (Bustamante, 2006). Según un estudio realizado por varios investigadores latinoamericanos (Vasallo, 2012), la existencia de maestrías en el campo de la comunicación comenzó a tener auge. En América del Sur existen en total 108 maestrías, concentradas especialmente en Argentina, Chile y México. La mayoría de estos programas han aparecido por la presión de la demanda de formación debido a la competencia en el mundo laboral.

En Centro América y el Caribe el número de maestrías también ha ido creciendo, sólo México cuenta con 73 maestrías en comunicación. En el resto de países centroamericanos, el número de maestrías es mínimo. Sólo son 30 los programas de maestría existentes en esta región del continente.

En Brasil hay creados 40 programas de maestría en diferentes áreas de la comunicación. La gran mayoría están centradas en la comprensión de la comunicación, de los medios, especialmente digitales, y de los procesos de comunicación organizacional. En síntesis, podemos decir que la formación pos gradual en Comunicación y en América Latina apenas está surgiendo. El interés en esta formación tiene que ver con la demanda de profesionales cada vez más calificados, con la promoción de la investigación en comunicación, y con el desarrollo de competencias más específicas del campo de la comunicación.

El interés en el desarrollo de maestrías centradas en la comunicación participativa es mínimo. En total, en el continente latinoamericano existen 252 maestrías en el campo de la comunicación, y de ellas únicamente el 4,7 por ciento se interesa por los procesos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de comunicación para el desarrollo y el cambio social. La gran mayoría de las maestrías latinoamericanas se concentran en el estudio de los medios, de la relación comunicación – cultura, de la comunicación estratégica, y de las tecnologías digitales. Temas y procesos como la participación ciudadana, la construcción de tejido social, los movimientos sociales y otras formas de acción colectiva, vistos desde la comunicación, no son del interés de las universidades, a lo mejor porque no corresponde al modelo de oferta y demanda existente en algunos países latinoamericanos.

En Colombia, en Uniminuto – Corporación Universitaria Minuto de Dios se construyeron dos maestrías en comunicación: una llamada Comunicación, Desarrollo y Cambio Social y la otra, Comunicación Educación en la Cultura. En la primera Maestría (Rocha, Bustamante, Gumucio y Cortés, 2014) se hizo un recorrido epistemológico por la comunicación popular, alternativa, para el desarrollo y el cambio social con el propósito de identificar cómo está construido el campo de esta comunicación en América Latina. Este recorrido pone de presente que es un campo dinámico y que se ha consolidado a partir de las prácticas comunicativas transformativas y contrahegemónicas.

El segundo posgrado de esa Universidad que se encuentra en este campo es la Maestría en Comunicación Educación en la Cultura (Mora y Muñoz, 2016). Esta Maestría comprende a la comunicación educación desde las matrices culturales y como la relación entre los territorios y las dimensiones en las que conviven saberes, prácticas y formas de construir socialidad. En este campo se pretende dar visibilidad y voz a los saberes y formas de comunicación de los pueblos y sabedores ancestrales. Esta Maestría pretende recoger y reconocer los saberes otros , para con ellos comunicarse y aprender colectivamente.

Esto parece que no es de la misma forma en España. En el trabajo de Barranquero y Sáez (2009) se evidencia la poca trascendencia que le otorga la academia

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

a los programas de comunicación para el cambio social y el desarrollo. Son escasos los programas académicos centrados en este campo, aun cuando existen otros espacios y escenarios que han logrado la institucionalización de este campo en España, gracias a la investigación, las ONG y las redes de investigadores y de comunicadores centrados en esta perspectiva transformativa de la comunicación (Fernández, 2012).

A nivel latinoamericano y mundial, son tres los trabajos significativos en este campo. El primero es el de Carlos Del Valle Rojas (2003), quien realizó una sistematización de los programas de estudio en comunicación para el desarrollo en América Latina. En este trabajo se tomaron en cuenta los centros de formación formales y no formales en los cuales se generaban espacios de aprendizaje no sólo en comunicación, sino especialmente en el tema de la planeación y gestión del desarrollo.

Del Valle Rojas hizo un análisis de estos espacios formativos y encontró que seis de los programas hallados son de maestría, dos máster, tres diplomados y una especialización. Y en relación al contenido de los programas, se encontró que son muy dispersos, porque se incorporan asignaturas de forma arbitraria, son disímiles, porque no hay muchas relaciones dentro de los planes de estudio, y son concentrados porque hay una saturación de contenidos, teniendo en cuenta que la duración de estos programas es de un año o menos. En este trabajo el mismo autor se plantea la necesidad de estudiar las teorías que están en juego en las asignaturas, cuáles son los paradigmas utilizados, y si se incorporan o no las tendencias actuales de investigación y las metodologías de enseñanza – aprendizaje.

El segundo trabajo es el de Barranquero y Herrera (2012) quienes realizaron un recorrido histórico de la formación en comunicación, desarrollo y cambio social, centrándose especialmente en la formación posgradual en este campo en el mundo. Encontraron que hay un poco más de treinta programas de maestría, especialización y

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

doctorado en este campo en el planeta, lo que denota cómo esta comunicación participativa y transformadora no ha sido asumida por la educación superior, a lo mejor por la paulatina cercanía de la educación con los modelos económicos neoliberales que se centran en la oferta, la demanda y en la competencia, pero también por la tendencia a asimilar la comunicación con los medios y con las tecnologías, lo que origina una mirada básicamente instrumental de la comunicación.

De los treinta programas de Maestría existentes en el mundo, el treinta por ciento de ellos se encuentra en América Latina. Es en nuestro continente donde más se han desarrollado este tipo de Maestrías dado que es aquí donde más se conocen experiencias en este campo. Sin embargo, no es en América Latina donde nació el programa más antiguo en este campo; fue en Filipinas en el año 1965, con el nacimiento del College of Development Communication (CDC) de la Universidad de Filipinas Los Baños en La Laguna, donde aparecieron los primeros programas de pregrado, maestría y doctorado en Comunicación para el Desarrollo. Existen otras experiencias en el continente asiático, en Estados Unidos, en Europa – especialmente en España- y en África y Oceanía.

La mayoría de estos programas son interdisciplinarios, dado que combinan diferentes campos del saber social y humanístico. Los autores se plantean la necesidad de que estos programas de maestría deben ayudar a descolonizar las ciencias sociales y a decolonizar el pensamiento y la visión del mundo hegemónica que tanto ha hecho daño a los pueblos latinoamericanos.

El tercer estudio es el que desarrollamos sobre las epistemologías del sur desde los posgrados en comunicación y desarrollo en el mundo (Rocha, 2017). En este proyecto se analizan los elementos característicos de las apuestas epistemológicas de los posgrados incluidos en la red de posgrados en comunicación y desarrollo, llamado REDECAMBIO, que se hacen visibles en los discursos académicos y en las prácticas de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

investigación, para reconocer si en ellos se incluye la perspectiva de la epistemología del sur.

En este trabajo se presentan los análisis sobre las apuestas epistemológicas de catorce (14) posgrados del mundo que le apuestas a la comunicación y el cambio social, tomando como estrategia metodológica la teoría fundamentada. Lo que hemos encontrado es que el objeto de estudio de este campo es uno en el que hay realidades y problemáticas sociales, hay unas lecturas sobre lo que está pasando, que no son sólo comunicacionales, sino que puede ser de diferentes órdenes o áreas del conocimiento, pero que se abordan desde la comunicación. En esas realidades hay unos sujetos que son fundamentalmente unos sujetos políticos colectivos. Estamos hablando de individuos, organizaciones, movimientos sociales que persiguen transformar la realidad porque los anima una búsqueda colectiva. Esos sujetos se constituyen en la participación como proceso de construcción de lo común y del nosotros. Y esos sujetos colectivos persiguen, a través de la participación, la transformación de las realidades políticas, económicas, sociales, ambientales o comunicativas. La transformación es la categoría clave porque es la opción política más importante por la que optan estos posgrados.

Esta transformación se promueve desde los posgrados en comunicación y desarrollo en el mundo a través de la investigación y la proyección social. Las maestrías le apuestan a que su investigación va a contribuir a la transformación de las realidades, lo mismo que la proyección social. Pero lo van a hacer sin quitarle importancia al contexto y a los sujetos. Es con estos elementos contextuales y humanos con los cuales se va a generar los cambios sociales. Y la manera de lograrlo son los procesos comunicativos. Son procesos de resistencia ante el sistema político o comunicativo dominante o procesos comunicativos de construcción de realidades, potenciando el diálogo, muchas veces a través de los medios o las tecnologías pero centrándose más en los sujetos que en los

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

mismos escenarios mediáticos. En estos procesos se hace uso de los medios o las tecnologías para el cambio social. Esos procesos tienen un fin: una vida distinta, un mejor vivir, un desarrollo social y humano más coherente con el contexto, más incluyente y pensado desde los mismos sujetos, no tanto desde el pensamiento academicista.

Todos los estudios presentados sobre la formación de cursos específicos, pregrados y posgrados en comunicación participativa, comunitaria, popular y para el desarrollo, están centrados en los contenidos de la formación y en la realización de un inventario o sistematización de esa formación. No hay duda que existe un auge en la formación en este campo en este siglo, pero sigue siendo mínimo en relación a los demás.

Son cursos, programas de pregrado y de posgrado en América Latina que cuentan con unas características muy concretas. La primera es que están basados en la praxis comunicativa. Es decir, son programas esencialmente de reconocimiento del sentido de las prácticas comunicativas transformativas en cada contexto. En segundo lugar, la formación en este campo es interdisciplinar o transdisciplinar. Son cursos, pregrados o posgrados que incluyen temáticas o asignaturas sobre el desarrollo o el posdesarrollo, la educación popular, etc. En tercer lugar, es una formación en la que hay un debate conceptual dentro del mismo campo, como comunicación comunitaria, popular, para el buen vivir, para el desarrollo, para el cambio social, la comunicación y la educación, y el desarrollo y el cambio social. Y en cuarto lugar, en general la formación persigue la transformación de la realidad desde la promoción y puesta en marcha de procesos comunicativos participativos.

Lo que queda claro es que la formación en este campo es que aún es insuficiente y está muy concentrada en algunos países. Hasta hace poco se percibe un interés

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

creciente en este campo específico de la comunicación. El esfuerzo es exiguo pero significativo

2.3 Al final, unas conclusiones sobre la investigación y la formación en este campo

En este ensayo hemos estado hablando de “campo” todo el tiempo. Cuando hablamos de campo educativo, estamos refiriéndonos a un espacio de poder en el cual los agentes (profesores, estudiantes y administrativos) cumplen un papel determinado (Bourdieu, 2002). Es un espacio en el que existen tensiones (conflictos y desacuerdos internos), luchas de capitales (sociales, culturales, económicos), y presiones (de afuera del campo hacia adentro). Todo lo anterior incide en los procesos de enseñanza – aprendizaje y también en la investigación.

En todo campo hay subcampos, como el formativo y el investigativo. El subcampo de la educación o de la formación es un espacio estructurado en el cual participa el Estado, las universidades involucradas, las ideologías institucionales, pero también donde se desarrollan espacios de enseñanza y aprendizaje, donde los docentes y los estudiantes co-construyen el campo de estudios. En últimas, el campo educativo es un espacio estructurado, pero que al tiempo, es un espacio de construcción. El subcampo de la investigación es igualmente clave para comprender cómo se producen los conocimientos, qué relación existe entre los investigadores y los objetos de conocimiento, entre estos y el campo, y entre éste y el investigador.

La formación en comunicación participativa está institucionalizándose como un espacio académico en las universidades latinoamericanas y como vimos, en otros espacios no académicos, y lo mismo ha ocurrido con la investigación, tanto en universidades como en otros escenarios de investigación. Es imperioso que tanto la formación como la investigación se asuman como campo; es decir, que se asuman como prácticas de poder en diferentes escenarios.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

El campo de la comunicación participativa es muy pequeño dentro del gran campo de la comunicación. Sin embargo, esta perspectiva de la comunicación es la única que explícitamente asume lo público como un espacio por construir desde los sectores menos favorecidos por las políticas del Estado. Esa opción política, comunicativa y educativa es muy importante. Por eso es necesario que se analice la formación en este campo para conocer y comprender cómo los sujetos educativos han ido construyendo el campo, a través de cuáles prácticas pedagógicas, a partir de cuáles categorías conceptuales, y por medio de cuáles prácticas de aprendizaje (Prieto, 1999). Y, de igual forma, es necesario que se haga una vigilancia epistemológica sobre la investigación en este campo para conocer cómo se reconocen saberes y se generan otros que contribuyan a la transformación de las realidades.

Capítulo 3

El campo de la comunicación participativa. La construcción epistemológica

A lo largo de la investigación histórica en el siglo XX, se han desarrollado diferentes maneras de asumir la historia (Di Pasquale, 2011). A principios de ese siglo, se hablaba de “historia del pensamiento” e “historias de la filosofía”. La primera se centraba en el análisis del pensamiento de autores reconocidos. Así las cosas, esta historia, que pretendía ser del pensamiento, lo era pero solamente de la biografía de algunos autores

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

clásicos. La historia de la filosofía, en cambio, sí hacía un esfuerzo por estudiar a las ideas pero de las grandes corrientes filosóficas, como el idealismo alemán, el racionalismo francés, etc.

A partir de la crítica a estas dos formas de asumir la historia, surgieron dos tendencias historiográficas hacia mediados del siglo: la historia de las ideas y la historia de las mentalidades. Estas dos tendencias fueron criticadas por ser racionalistas. Es decir, tanto las ideas, tal como estaban concebidas, como las mentalidades, tenían en común que partían de un sujeto racional y que tanto unas – las ideas – como las otras – mentalidades, no son “objetos naturales” sino “objetos intelectuales”.

En el presente capítulo abordaremos la Historia cultural de las ideas, tal como lo llama Peter Burker (2007).

La Historia cultural o Nueva Historia de la Cultura se basa en estas nociones de cultura. Así las cosas, más que la historia de la cultura son las culturas en la historia, las representaciones y la construcción simbólica de las diferentes realidades desde las prácticas culturales (Burke, 2006).

Peter Burke (2006) afirma que hay cuatro teóricos que consolidan la teoría cultural con sus aportes: Mijail Bajtin, Norbert Elías, Pierre Bourdieu y Michel Foucault. El primero aporta la polifonía de voces, el segundo aporta los conceptos sobre cultura y civilización, el tercero enriquece esta Nueva Historia con los conceptos de campo, de reproducción cultural y de habitus, y el último, Foucault, aporta su visión acerca de las rupturas y discontinuidades en la historia de la epistemología, el control del pensamiento, y las prácticas sociales ligadas al poder.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Por eso en este capítulo presentaremos una “arqueología del saber” (Foucault,) sobre las concepciones que fueron surgiendo a lo largo de la historia del desarrollo del campo de la comunicación participativa. .

Como se ve, en la Nueva Historia Cultural hay una relación estrecha entre las representaciones simbólicas y las lecturas culturales de las mismas, entre las producciones y las reproducciones culturales, y entre esas mismas prácticas y las estructuras en las que se juega el poder.

Ahora, ¿a qué nos referimos con Historia cultural de las ideas? Burke (2007) define a la Historia cultural de las ideas como aquella que se ocupa precisamente de las ideas, mentalidades, conocimientos y hasta curiosidades en períodos de tiempo determinados. Entonces, más que hacer una historia de la epistemología del campo de la comunicación participativa, en este capítulo presentaremos cuáles han sido las apuestas académicas dentro de este campo a lo largo de la historia.

No se trata de un simple cambio de frase. Se trata de centrar la mirada en las culturas epistemológicas en la historia del desarrollo del campo, tratando de observar las discontinuidades, las rupturas, las dinámicas de poder académico, las apuestas colectivas, pero también los desafíos particulares.

En últimas, las ideas son producciones culturales y como tales pueden ser objeto de vigilancia epistemológica (Bourdieu, 2011).

Por eso en este capítulo se hará un recorrido por las prácticas comunicativas que dieron lugar a esas apuestas epistemológicas, los antecedentes históricos del campo, y una “arqueología del saber” de los principios y fundamentos conceptuales que fueron apareciendo en este campo a lo largo del tiempo.

3.1 El debate sobre el campo

El sociólogo Pierre Bourdieu fue quien acuñó esta categoría para describir lo que implican las relaciones en un contexto determinado. Este autor asumió la categoría de “campo”, como lo explica Rafael Ávila (2005), al menos desde dos perspectivas: en primer lugar, Bourdieu habla de “campo” en relación con las relaciones sociales de producción: “Los campos se presentan para la aprehensión sincrónica como espacios estructurados de posiciones (o de puestos) cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios y pueden analizarse en forma independiente de las características de sus ocupantes en parte determinados por ellas” (citado por Ávila, 2005, 69). Pero después amplía el concepto y lo aplica a diferentes formas de relación entre los actores sociales. En últimas, de lo que habla Bourdieu es de un campo de fuerzas o un campo de poder. El campo termina siendo un espacio en el cual hay dominantes y dominados: “un espacio social estructurado, un campo de fuerzas –hay dominantes y dominados, hay relaciones constantes, permanentes, de desigualdad, que se ejercen al interior de ese espacio– que es también un campo de luchas para transformar o conservar este campo de fuerzas” (Bourdieu, 1995. pp. 48- 49).

Avanzando un poco, José Miguel Pereira (2005) destaca:

Para Bourdieu (1997), los campos poseen dos características que se involucran estrechamente. De un lado, el campo es espacio en el que se construye una visión interpretativa, una mirada de conjunto y de apuesta por la construcción de sentido, entendiendo por ello la emergencia de lecturas globales, explicativas y comprensivas de la(s) realidad (es). Por otro lado, el campo es un dispositivo que promueve a la existencia de objetos, discursos, sujetos, conocimientos y acciones. De esta forma, el campo es productor-limitador de sentido y productor-formador de nuevas dimensiones formativas (p. 415).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

De allí que hable de que existen diversos campos: el artístico, el universitario, el cultural y el intelectual, e insinúa, según Ávila, que las Facultades y las disciplinas también pueden ser pensadas como campos. Es por eso que desde hace un tiempo se habla, por ejemplo, de los campos académicos, campos intelectuales, campos científicos y campos disciplinares. Bourdieu propone el campo intelectual desde una perspectiva relacional, en la que sujetos, grupos y situaciones interactúan como en un sistema social, que hace presente el conflicto, y el encuentro de posiciones sociales diversas, no sólo de carácter intelectual sino también asociadas a dinámicas artísticas, socio afectivas, políticas, económicas: “El campo intelectual en tanto espacio social relativamente autónomo de producción de bienes simbólicos”. (Bourdieu, 1995, pp.45-48).

En un campo intelectual se producen discursos, lenguajes comunes, campos de encuentro, pero también problemas comunes y formas de abordar estos problemas comunes. Este campo está compuesto por personas que tienen en común su historia, dentro de la que caben diversas experiencias, pero que en todo caso posibilita que lleguen a elecciones similares. En todos estos campos hay luchas de poder que mantienen o subvierten las estructuras, que generan acceso o control a los capitales. Es decir, las personas que hacen parte de un campo acumulan un capital o lo construyen, y con él se mueven en el campo: “Aquellos que dentro de un estado determinado de la relación de fuerzas, monopolizan (de manera más o menos completa) el capital específico, que es el fundamento del poder o de la autoridad específica característica de un campo, se inclinan hacia estrategias de conservación... mientras que los que disponen de menos capital (que pueden ser también los recién llegados, es decir, por lo general los más jóvenes) se inclinan por estrategias de subversión” (Cita de Bourdieu, tomada por Ávila: 2005, p. 61).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Como vemos, un campo para Bourdieu no es homogéneo, es heterogéneo. Se basa en las relaciones de poder entre los agentes sociales e instituciones. Un campo se ha definido como: “Una red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones, por su situación (situs) actual y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o de capital) cuya posesión implica el acceso a las ganancias específicas que están en juego dentro del campo y, de paso, por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología, etc.” (Dicione: 2006, p. 4)

3.2 La comunicación como campo

Dentro de los debates epistemológicos, llevados a cabo en la comunidad académica en los últimos años, la noción de la comunicación como un campo, aparece como una alternativa conceptual adecuada para nuestro propósito fundamentador, en cuanto ayuda a dar cuenta de un conjunto complejo de actores – sujetos e instituciones-, de relaciones y de posiciones. Así, la comunicación es vista como un campo académico e intelectual y transdisciplinario.

En un valioso ensayo llamado “El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación”, Raúl Fuentes Navarro cuenta como se fue creando el campo. En las primeras discusiones acerca del estatus epistemológico de la comunicación, en Estados Unidos, se cuestionaba si la comunicación tenía la fortaleza teórica suficiente para diferenciarse de otros campos. La producción investigativa también fue analizada por varios autores, para establecer si se construía o no conocimiento en este campo posible. Por ejemplo, la investigación que se llamó “administrativa” – aquella que se realiza al servicio de cualquier agencia administrativa pública o privada - , que era la más conocida

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

en Norteamérica, fue comparada con la “investigación crítica” – más al estilo de la escuela de Frankfurt. Finalmente, terminó reconociéndose que la investigación en comunicación sí aportaba a la generación de conocimiento, especialmente sobre los medios masivos de comunicación.

El campo ha sido fermentado, según Fuentes Navarro, por el desarrollo teórico e investigativo especialmente en los últimos 25 años. Este tiempo concuerda con el auge de los programas académicos y las Facultades de Comunicación e información: “el campo se está internacionalizando cada vez más, con influencias globales que ahora surgen desde muchos lugares. Conforme el campo se ha expandido globalmente, su asimilación a diferentes sistemas académicos y culturas nacionales ha creado distintas características locales” (Fuentes, 2008, p. 8)

La mirada sobre la fermentación es complementada por Martín Barbero y Germán Rey (1999) al asegurar que este campo se ha ido haciendo a partir de la llegada de corrientes críticas y al tiempo también funcionales de la comunicación, y de las continuas transformaciones sociales, culturales y políticas. Tanto la formación en comunicación como la investigación se fue abriendo paso en las décadas de los setentas y ochentas bajo estas premisas conceptuales.

Así las cosas, la comunicación como campo de estudio, estará definida en buena medida por la tradición cultural de la época en que nos toca vivir y en virtud de ello, las nociones concepciones y comprensiones de mundo responderán necesariamente a las categorías de percepción y de pensamiento propios de su cultura. Esta mirada posibilita entender que no hay saberes ni conocimientos inamovibles independientes de las relaciones y actividades humanas. Permite entender que las problemáticas sociales, los conflictos, las diferentes tensiones y crisis humanas no derivan, ni emergen de factores no cambiantes, ni se les puede tratar como naturales a la sociedad ni a la humanidad.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Son redes que, en el caso de la comunicación, se traducen en maneras de vincularse a través de mediaciones mediáticas, mediaciones cognitivas, prácticas culturales, mediaciones sociales dadas en formas de territorialidad, legitimidad, participación, reconocimiento entre otras.

Un campo entonces, se mide por su producción académica, por las instituciones y los programas de formación y por las prácticas profesionales. En nuestro medio existe una gran cantidad de apuestas o énfasis de la comunicación. Estas opciones comunicativas implican una apuesta epistemológica, lo que, a su vez, implica que el campo se ha ido constituyendo de manera heterogénea en nuestro medio. Es decir, no hay una sola corriente de pensamiento que englobe la enseñanza y los estudios de comunicación en nuestro país. El campo de la comunicación ha bebido de las corrientes latinoamericanas, pero seguramente también de otras corrientes, como las norteamericanas y algunas europeas.

3.3 Las concepciones sobre la comunicación dentro del campo

Así mismo, las concepciones sobre la comunicación son diversas. No hay unicidad de criterios a este respecto. Dominique Wolton (2010) propone entender la comunicación desde tres sentidos que aquí sólo serán enunciados:

La comunicación como experiencia antropológica. La comunicación es el intercambio con el otro: No hay vida individual ni colectiva sin comunicación. Lo característico de toda experiencia personal como de toda sociedad es crear reglas para la comunicación. *Del mismo modo en que no hay hombres sin sociedad, no hay sociedad*

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

sin comunicación pero la comunicación no existe en sí, pues está ligada a un modelo cultural, es decir a una representación del otro, pues comunicar consiste en difundir, pero también en interactuar con un individuo o colectividad. Esta interacción, cuando se da desde los ámbitos de la vida cotidiana de los grupos sociales y comunitarios, para el intercambio de ideas, percepciones y sentimientos hacia el mejoramiento de los niveles de convivencia, se la denomina Sociedad Civil.

La comunicación como técnica. Lo que nos permite entender los cambios culturales, políticos y económicos que han provocado las más avanzadas tecnologías de la información. Para Wolton, la comunicación como técnica es la que quizás guarda mayor relación con el paradigma dominante en el que se insiste en que *los logros técnicos hacen progresar la comunicación, estableciendo una especie de continuo, que se prolonga en favor de las industrias* (Wolton, 2010, p. 25). En efecto, esta mirada se acerca a la descripción de procesos lineales e instrumentales que tienden a sostener el rol de un receptor pasivo, con pocas posibilidades de “negociar” significados y producir sentidos y por ende, altamente vulnerable a la manipulación de los medios.

La comunicación como necesidad social funcional, para sociedades interdependientes para lógicas de interacción diferentes que pueden llegar a compartir lenguajes, culturas y hasta bienes materiales. Bajo esta concepción, advertimos la posibilidad de intercambio de sentidos, conducente a acciones de solidaridad, filantropía y permite, según Wolton - llegar a procesos de negociación en contextos multiculturales, pero no necesariamente una comunicación que se establece como necesidad, produce transformaciones profundas en los individuos y en las colectividades y tampoco se busca llegar a prácticas que generen *com-unidad*.

Estas concepciones sobre la comunicación son apenas algunas de las más conocidas, pero existen múltiples nociones sobre sobre la comunicación en este campo.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En mi opinión, la comunicación puede entenderse como **un proceso de construcción “entre”** sujetos sociales para generar bienes públicos, **“entre”** individuos con diferentes subjetividades – es decir, intersubjetivo -, **“entre”** diferentes culturas y visiones de mundo – o sea un proceso intercultural -, **“entre”** sujetos que establecen diversas y múltiples relaciones – relacional e interrelacional - **“entre”** conocimientos científicos, saberes sociales, ancestrales, culturales y cotidianos, y **“entre”** los agentes sociales para generar tejidos colectivos. El proceso de construcción “entre” sujetos y subjetividades, sugiere una visión sistémica de la comunicación. Es la que asocia la comunicación con el medio social donde se produce. La comunicación es entendida como un proceso de interacción, de recíproca acción entre varios agentes. Bajo esta mirada, la comunicación produce conocimiento y transformación de las realidades fenomenológicas. Todo proceso comunicativo es un proceso social (Weber, 1977).

Hablamos del ideal de comunicación como una posibilidad para la construcción de la convivencia ciudadana, de la democracia y la justicia en la interacción que establecen los individuos y las colectividades.

El campo de la comunicación es un campo académico e intelectual, en el que hay investigaciones, instituciones, programas académicos, pero también es un campo transdisciplinario, que se ha valido de otros saberes para constituirse como un campo de conocimiento, como la historia, la sociología, la economía, la ciencia política y la psicología, entre otras; esos saberes provienen de las fuentes teóricas originarias, de la investigación y hasta de fuentes institucionales.

El campo de la comunicación, que es un campo en construcción, está siendo tensionado desde diferentes ángulos: el mercado, las mismas instituciones de las que hacen parte estos programas académicos, los procesos de enseñanza aprendizaje, los

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

docentes y los investigadores con todas sus formas de ver el mundo, y por las reglas del Estado.

Este campo, como los demás, está constituido en las dinámicas del poder. Es decir, el campo de la comunicación es un espacio de luchas de poder en las que se involucran las instituciones, el Estado, los agentes educativos y científicos con sus capitales y el mercado.

3.4 El campo de la comunicación participativa

Como dijimos antes; este campo de la comunicación nace de la praxis, antes que de la teoría. A lo mejor la gran mayoría de los campos del saber primero nacieron de la praxis y luego se convirtieron en espacios académicos de formación e investigación. Este campo, a diferencia de los demás, está muy fuertemente relacionado con la praxis comunicativa, con la manera como se han desarrollado los procesos comunicativos transformativos. En la Figura 1 se muestra cómo ha sido esa evolución a lo largo del tiempo.

3.4.1 *Las prácticas comunicativas transformativas*

Como decía Bourdieu (2001), pertenecer a un campo disciplinar implica el juego de propuesta entre los capitales en disputa, como los capitales económicos, culturales, sociales y simbólicos, así como la identificación de los habitus, por ello los puntos de intersección no se encuentran exentos de luchas; es más, es en éstos en donde se va definiendo la identidad de un campo en cuestión y donde se da la disputa por mantener

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

cierta especificidad y regulación. Este fenómeno hace que la fortaleza de los campos se encuentre muchas veces en sus intersecciones, delimitaciones conceptuales y prácticas.

Bourdieu (2001) propone el campo intelectual desde una perspectiva relacional, en la que sujetos, grupos y situaciones interactúan como en un sistema social, que hace presente el conflicto, y el encuentro de posiciones sociales diversas, no sólo de carácter intelectual sino también asociadas a dinámicas artísticas, socio afectivas, políticas, económicas: “El campo intelectual en tanto espacio social relativamente autónomo de producción de bienes simbólicos” (p. 48).

Esta formulación de los campos disciplinares posee una serie de características que en principio posibilitan la diferencia pero, que a su vez, los habilitan para hacerse partícipes de otros campos y sub-campos, y establecer líneas de fuga y de interacción. En estos espacios es donde se van encadenando además, la noción de “capital” a saber: cultural, económico, político y científico, así como la noción de “habitus”.

Los habitus son prácticas que producen y reproducen la cultura. Los habitus producen cultura y lo social porque las prácticas no son estáticas. Y a la vez, los habitus reproducen la cultura porque tienden a la reproducción cultural del orden social. Por esta razón en el habitus se materializan estrategias de dominación o de resistencia. Con ellas se mantiene o subvierte lo establecido. En la mayoría de los casos, los agentes – institucionales y sociales – pretenden mantener o reproducir aquello que le sea más conveniente.

También podemos decir que el habitus es una gramática productora de prácticas, y al tiempo, el habitus reproduce la estructura. Es decir, el habitus es la interiorización de una forma de ser y de actuar ante la vida. Y también es la manera de reconocer cómo se reproduce un sistema de posiciones sociales, desde los capitales en juego, como los

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

culturales, los económicos y los sociales.

Este campo de la comunicación también posee prácticas o hábitos. En el campo de la comunicación se habla con frecuencia de las prácticas comunicativas como un ejercicio comunicativo más o menos uniforme, como una acción o un conjunto de acciones desligados del mismo campo, pero no es así. Es decir, las prácticas comunicativas, que tienen que ver con el conocimiento, con lo educativo y con lo profesional, no son uniformes porque corresponden a la estructura del campo, a las luchas, conflictos y tensiones del mismo campo de la comunicación. Y esas prácticas comunicativas, a su vez, poco a poco van reconfigurando el mismo campo.

El campo de la comunicación en general se ha ido constituyendo a partir de ciertas categorizaciones conceptuales que implican determinadas prácticas comunicativas.. En este sentido, las prácticas comunicativas son los “objetos de estudio” y son los procesos o ejercicios que se promueven, se enseñan y/o se aplican.

El campo de la comunicación participativa la praxis comunicativa se dio antes que la conceptualización. Es decir, son muchas prácticas comunicativas transformativas y participativas que se dieron antes de que se constituyeran concepciones académicas acerca de ellas. Y buena parte de quienes participaron de la constitución del campo académico eran sujetos que habían hecho parte de estos procesos comunicativos. Entonces este campo de la comunicación se ha visto fuertemente impregnado de la práctica comunicativa.

La praxis antecedió a la teoría porque la praxis es una práctica con sentido, que es aquel que le otorgan los miembros de un grupo humano.

Luis Ramiro Beltrán (2005) ha elaborado un recuento que muestra cómo aparecieron en la región latinoamericana diversas experiencias de comunicación que no

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

esperaron un marco teórico para reclamar carta de ciudadanía. Más bien lo contrario, esas experiencias nutrieron el pensamiento académico sobre este tipo de comunicación.

Desde grupos comunitarios y organizaciones de la sociedad civil se gestaron múltiples experiencias, más o menos exitosas desde el punto de vista de la autogestión y de la participación comunitaria, a veces por iniciativa propia de comunidades y movimientos sociales, y a veces como producto de una injerencia positiva del propio Estado nacional o de la iglesia católica progresista. La Teología de la Liberación tuvo sin duda influencia en el ámbito de la comunicación, y lo sigue teniendo hoy.

Un ejemplo pionero, de gran duración, fue Radio Sutatenza, creada en septiembre de 1947 por el cura católico José Joaquín Salcedo, para apoyar a comunidades rurales de su parroquia en el Valle de Sutatenza en Colombia. Otro ejemplo pionero, también de gran duración, pero menor que el anterior, pero de enorme trascendencia política, es el de las radios mineras en Bolivia, que se multiplicaron desde inicios de la década de 1950, cuando en los campamentos mineros los trabajadores tomaron la palabra para expresar su identidad y fortalecer sus organizaciones sindicales (Gumucio, 2002).

El profesor Luis Ramiro Beltrán hablaba así de la experiencia de las radios mineras en Bolivia:

Veinte años antes de que nuestro admirado pensador Paulo Freire propusiera devolverle la palabra al pueblo, mineros silicosos, que se morían a los treinta y cinco años porque perdían los pulmones en la mina y que ganaban cuarenta dólares al mes por jornadas de doce horas diarias, se dieron a sí mismos la palabra estableciendo pequeñas y rústicas emisoras de radio de mínimo alcance, pero de mucha importancia porque los medios comerciales no los tomaban en cuenta y los medios estatales los amedrentaban y condenaban. Lograron formar

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

así radios autogestionarias y financiadas con cuotas sacadas de sus miserables salarios. Y es que tenían la convicción de que si no tenían voz pública propia siquiera para comunicarse entre ellos, ya que no con toda la nación, jamás podrían superar su estado de sojuzgamiento y de explotación (Movimiento los sin Techo, 2007, p. 50).

Estas dos experiencias dieron origen a dos perspectivas de la comunicación transformadora: la perspectiva difusionista y funcionalista, y la perspectiva participativa.

Como se percibe en la Gráfica 1 sobre la historia del campo son varias las experiencias que continuaron el ejemplo de radio Sutatenza y que desarrollaron la perspectiva difusionista/funcionalista de este campo. Muchas de estas prácticas estaban enfocadas en sacar a los sectores populares de su atraso e ingresarlos a la modernización para contribuir al desarrollo de su territorio y del país en su conjunto.

Teniendo en cuenta lo dicho acerca de esta perspectiva, podemos decir que las prácticas comunicativas son:

- los mensajes o los discursos que emite un emisor (técnico o con cierta experticia), , en un contexto social deprimido, con el objeto de incidir en las prácticas comunicativas y productivas del receptor.
- aquellas acciones que se desarrollan en los medios con el propósito de cumplir con una o varias funciones de los medios masivos. La principal función de los medios es la transmisión de información que genere mayor desarrollo de los territorios y de sus habitantes. Y otra de las funciones de los medios es promover la apropiación de tecnologías y herramientas para la transformación del entorno, en pro de una mejor calidad de vida.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- el impacto de los contenidos de los medios en las audiencias para determinar si los mensajes transformaron la opinión pública.

Otras iniciativas surgieron en América Latina en el ámbito de la comunicación participativa, fundamentalmente con radios comunitarias, pero también con teatro de la calle, impresos, video participativo, y más recientemente redes sociales que aprovechan las nuevas tecnologías para tejer sus relaciones. En torno a todas esas experiencias fue desarrollándose un pensamiento propio en materia de comunicación para el cambio social, colocando a la región latinoamericana en la vanguardia a nivel mundial, aunque simultáneamente en Asia, sobre todo en Filipinas, se desarrollaba un pensamiento similar en el ámbito académico, liderado por Nora Quebral (1996).

Son muchas las experiencias de comunicación participativa que se han gestado en el continente latinoamericano y en otras regiones del mundo. Alfonso Gumucio-Dagron (2002) en su libro *Haciendo Olas. Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*, hace una sistematización de 50 iniciativas significativas en las cinco décadas anteriores. Todas esas experiencias han nutrido la investigación y así han contribuido a fortalecer un campo de acción comunicativa que es ahora reconocido por propios y extraños.

Según los documentos existentes, el campo de la comunicación popular, alternativa, para el desarrollo o para el cambio social surgió desde la década de los cincuenta, cuando se comprendió que la comunicación no sólo produce efectos, respuestas, sino que ante todo se construye en una dinámica permanente de interacción, interlocución, relación e interrelación, generando así procesos de intersubjetividad. Pero además, se pensó un para qué de la comunicación: se planteó entonces y se sigue promoviendo, una comunicación horizontal, democrática, participativa, plural, que busca

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

el desarrollo social y humano y el cambio en la sociedad (Véase la parte superior de la Gráfica 1 sobre la historia del campo).

Sin embargo, la fecha de inicio de estos procesos comunicativos participativos puede ser mucho antes. El mismo Luis Ramiro Beltrán, Karina Herrera, Esperanza Pinto y Eric Torrico (2008) contaban cómo los pueblos originarios, antes de la colonización española, desarrollaban acciones comunicativas participativas y transformativas. Desde la época precolombina han existido formas y tipos de comunicación de cada cultura, que se traducen en expresiones artísticas y culturales muy particulares que no hemos reconocido sino hasta hace muy poco tiempo.

Y en la época colonial, un gran ejemplo de comunicación participativa es el mismo maestro del libertador Simón Bolívar, hablamos de Simón Rodríguez. Él era su gran maestro, un gran educador para la libertad; como dijo Bolívar, “formó mi corazón para la libertad, para la justicia, para lo grande, para lo hermoso.” (Prieto, 2017, p. 19). Rodríguez se convirtió, en un momento histórico complejo como fue el de finales del siglo XVIII y principios del XIX, en un arquetipo de la comunicación participativa porque tenía muy claro que todo aprendizaje era un interaprendizaje y eso significaba “entreatudarnos” entre distintos.

Simón Rodríguez no solo fue un gran maestro, sino un comunicador excepcional porque tenía muy claro que la educación es un proceso comunicativo participativo en la búsqueda de la transformación social.

Así como el maestro Rodríguez existieron innumerables ejemplos y experiencias que mostraban que la comunicación es un proceso de construcción colectiva y no un flujo de información de una fuente a otra.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

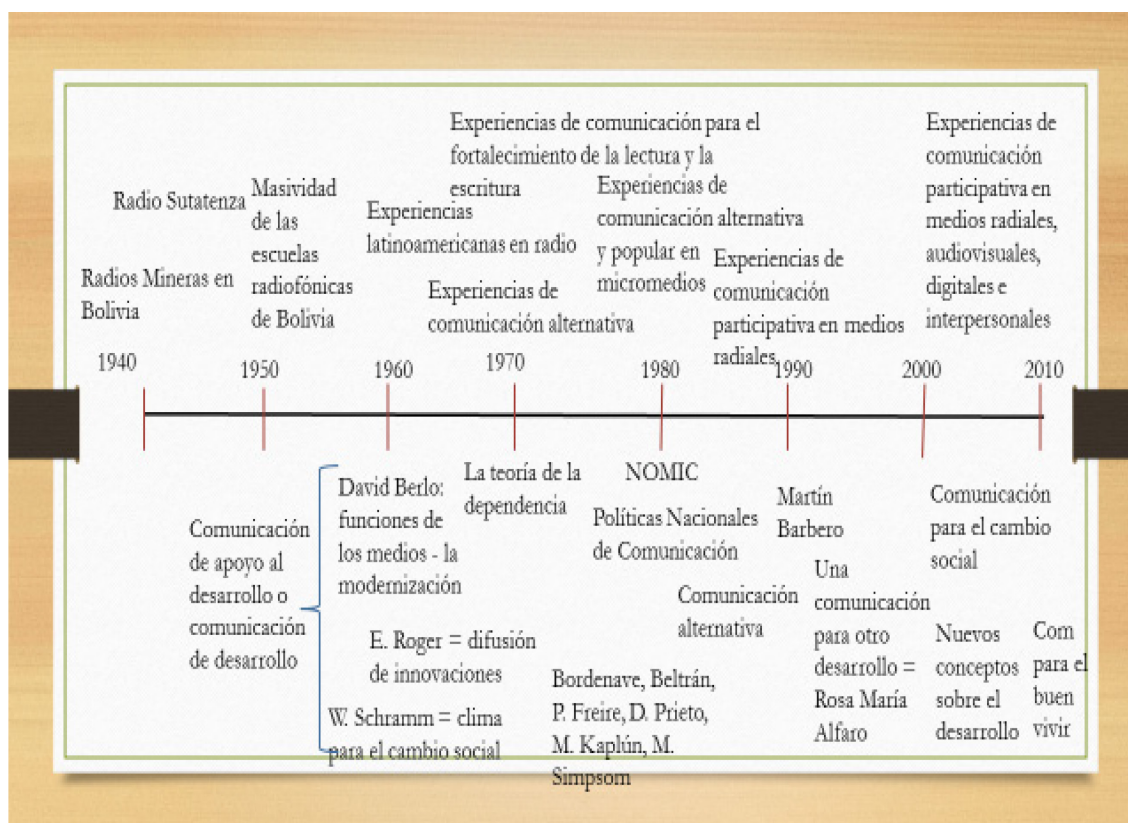
Esta perspectiva participativa promueve procesos de comunicación basados en el diálogo, donde las decisiones se toman colectivamente y de manera horizontal y democrática, para construir una dinámica permanente de interacción, interlocución, relación e interrelación, generando así procesos de inter-subjetividad.

A partir de lo anterior, podemos afirmar que las prácticas comunicativas que están incluidas en esta perspectiva participativa y transformativa de la comunicación son:

- procesos y dinámicas en los cuales se persigue la transformación de la realidad a partir de las acciones colectivas mediáticas y sociales de resistencia al sistema comunicativo dominante.
- los procesos colectivos de construcción de tejido social en la búsqueda del desarrollo humano, social y sinérgico.
- los procesos de construcción de nuevas ciudadanía con capacidad de decisión sobre lo público.
- los procesos de construcción y reconstrucción de la memoria y el territorio, a partir de la democratización de la comunicación.

A continuación presentamos algunos antecedentes históricos del desarrollo de esta comunicación, incluyendo las prácticas y las concepciones teóricas más importantes en todo este tiempo, las concepciones contemporáneas y las tensiones más importantes de estos conceptos.

Figura 1

EL CAMPO: ENTRE PRÁCTICAS Y SABERES

Fuente: propia

3.4.2 Los antecedentes históricos del campo

Los antecedentes históricos del campo de la comunicación participativa son los principios epistemológicos de los estudios de comunicación en el mundo, que datan del período de entreguerras y que fueron implementados en los países del llamado Tercer Mundo a través de planes de gobierno, como la Alianza para el progreso, a través de estrategias comunicativas.

3.4.2.1 La perspectiva funcionalista/difusionista.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En la década de los años 50 y 60 del siglo pasado, existía un gran consenso entre las élites económicas, políticas e incluso por algunos grupos de intelectuales, sobre la manera de superar el llamado “subdesarrollo” de los países del Tercer Mundo para convertirse en “países desarrollados”. La mejor manera de superar ese “atraso” era a través de la imitación, más o menos exacta, del modelo de desarrollo de los países desarrollados o industrializados. Ese modelo estaba basado en el crecimiento económico y productivo. Si se alcanzaba un alto crecimiento en estos aspectos, era muy posible que se lograra el progreso. Así, la idea de desarrollo estuvo muy ligada a la de progreso.

Ese consenso se sustentaba en dos hechos claves: de un lado, la reconstrucción paulatina de Europa, luego de la Segunda Guerra Mundial; y en la preeminencia de un país, como Estados Unidos, que se basaba en esta idea de progreso y desarrollo.

Este modelo de desarrollo era la base del paradigma modernizante. Para este paradigma, el desarrollo es un proceso totalizante y evolutivo. Es totalizante porque no existe una posibilidad distinta al crecimiento económico y productivo para alcanzar el progreso. Y es también evolutivo porque un país puede pasar de considerarse “subdesarrollado” a “desarrollado”, si implementa acciones y estrategias para dejar atrás su vida tradicional e incorpora herramientas, tecnologías y procedimientos para lograr el desarrollo tecnológico y económico que redunde en mejor calidad de vida de los habitantes.

El cambio de una sociedad tradicional a una sociedad moderna, implicaba la transformación de las actitudes de los miembros de un territorio, así como cambios en las condiciones de vida. Esos cambios de tipo cultural eran necesarios para entrar a la modernidad.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En últimas, la modernización implicaba, de un lado, dejar de lado las tradiciones folclóricas, los aprendizajes sociales, la identidad o las identidades culturales, los lenguajes y otras formas expresivas, así como prácticas “arcaicas” de trabajo y las rutinas, ritmos y aprendizajes tradicionales de producción agrícola; y de otro lado, adoptar tanto la cultura como mentalidad y productividad de los países occidentales. Llegar al desarrollo implicaba el que los países dejaran de ser países “atrasados” para convertirse en estados modernos y con crecimiento económico.

En estas décadas de los 50 y los 60 los países latinoamericanos eran esencialmente rurales. La economía provenía de la agricultura y en ocasiones, de la ganadería.

En los 50 varios gobiernos latinoamericanos eran autoritarios porque estaban en manos de dictaduras.

Un hecho significativo fue la revolución cubana, que mostraba que el modelo de desarrollo norteamericano, adoptado en varios países latinoamericanos poseía grandes falencias, como la exclusión de grandes sectores poblacionales y la inequidad social.

4.2.1.1.1 *Una comunicación de desarrollo, para el desarrollo o de apoyo al desarrollo.*

Hay varios autores que desarrollaron este paradigma “dominante” de la comunicación, entre ellos están Wilbur Schramm (1964), Nora Quebral (1996) y hasta el mismo Luis Ramiro Beltrán, este último en una fase inicial de su trabajo de investigación.

Wilbur Schramm fue director del Instituto de Investigación en Comunicación de la Universidad de Stanford, y desde allí desarrolló su obra sobre la comunicación de desarrollo o de apoyo al desarrollo. Raúl Fuentes Navarro (2005) cuenta cómo en su libro

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

“Desarrollo de la comunicación y desarrollo económico” de 1965, Schramm se adentra en esta comunicación identificándola así:

- A. La comunicación debe emplearse para contribuir al sentimiento de nacionalidad.
- B. La comunicación debe emplearse como voz del planeamiento nacional.
- C. La comunicación debe emplearse para ayudar a enseñar las destrezas necesarias.
- D. La comunicación debe usarse para ayudar a ampliar el mercado efectivo.
- E. Conforme el plan se desarrolla, la comunicación debe usarse en ayudar a la gente a representar sus nuevos papeles.
- F. La comunicación debe usarse para preparar a la gente a representar su papel como nación entre naciones (Citado por Fuentes, 2005, p. 100)

Como se ve, para Schramm la comunicación debiera contribuir al desarrollo o ponerse a disposición de él. Es muy evidente que esta concepción de desarrollo está muy centrada en la sociología del desarrollo norteamericano, que promovía en las regiones que, como América Latina, aún no llegaban a un “estado óptimo” del desarrollo, implementar un plan de desarrollo con aporte del capital extranjero, adoptando los valores del capitalismo occidental, y asumiendo cambios tanto tecnológicos como de vida que ayudarían a incrementar la productividad y la eficiencia. Esta comunicación no cuestionaba ese modelo de desarrollo, sino que, al contrario, se sometía a él, se convertía en una herramienta para que ese modelo fuese implementado.

Esta concepción de la comunicación en el desarrollo o de apoyo al desarrollo, tiene sus antecedentes genealógicos en el funcionalismo norteamericano, y más exactamente en la teoría funcional de los medios. Esta teoría fue impulsada por Harold Lasswell en un primer momento, pero posteriormente por Paul Lazarsfeld y Robert Merton (Wolf, 1987) (Wimmer y Dominick, 2001) En el funcionalismo mediático se pasa de la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

persuasión a la función de los medios. Aquí los medios ya tienen el compromiso de cumplir con varias funciones: a) la vigilancia del entorno, b) la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno, c) la transmisión de la herencia social, y d) el entretenimiento.

El mismo Schramm acepta esta influencia teórica en el texto “Lo que la comunicación masiva puede hacer y lo que puede ayudar a hacer por el desarrollo nacional” (2008, p. 82). Sólo que las funciones de los medios en la comunicación de desarrollo debieran asumir tres funciones: la vigilancia del entorno, la toma de decisiones y la enseñanza o la educación.

La función de vigilancia es fundamentalmente informativa. En su opinión, los medios transmiten información con la cual las audiencias tienen la oportunidad de aprender acerca de lo que los rodea, de manera voluntaria o involuntaria. Aquí se pone de manifiesto que también se asume la teoría de la aguja hipodérmica de Harold Lasswell, La aguja hipodérmica, en últimas, no es más que la incidencia de un estímulo, a través de los medios masivos, en la conducta de los seres humanos. Esta es una teoría que está basada en la psicología conductual, y que se centra en la respuesta al estímulo, en este caso a los medios masivos. Harold Lasswell, quien fue su creador e impulsor, consideraba que los medios masivos debían generar respuestas en los receptores a partir de los estímulos emitidos en los contenidos de los medios, de ahí su interés en la propaganda (Wolf, 1987, p. 22).

Así las cosas, para Lasswell la comunicación es intencional y tiene un fin: generar un efecto en la audiencia. En esta teoría hay una preeminencia del emisor sobre el receptor. El emisor es activo y la masa destinataria es pasiva porque es “atacada” por el estímulo. Lo cual muestra como el emisor es el único comunicador, porque el receptor o el destinatario están atomizados, aislados.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En este caso, para la comunicación de apoyo al desarrollo, los medios tienen la función de hacer llegar cierta información a las audiencias de los países en vía de desarrollo. Los medios pueden generar interés en nuevas costumbres, nuevos comportamientos, en transformaciones agrícolas, en campañas de salud, o todo lo que se considere “necesario” para la modernización de estos países. La idea es que estos intereses se incorporen a las necesidades de los pueblos latinoamericanos y el “efecto” de los medios masivos provoque el que estas personas deseen una vida mejor desde este modelo de desarrollo norteamericano. La segunda función es la de la toma de decisiones. Un proyecto de desarrollo modernizador necesita que la población a la que está dirigido, acepte y complemente con sus ideas y su trabajo esa nueva “idea” acerca de su realidad. Schramm acepta que los medios masivos no pueden contribuir directamente a cambiar posturas muy arraigadas, y por eso sostiene que los medios deben hacerlo de manera indirecta. Por ejemplo, los medios pueden alimentar el que se tomen decisiones haciendo pública la información sobre asuntos del desarrollo para incidir sobre aquellos que “influyen” en los demás.

Algunos de estos posibles “influenciadores” son los funcionarios de las instituciones o los docentes. Los medios deben concentrarse en este tipo de personas. Por eso se promueve la formación a través de la radio, el cine y los impresos, para perfeccionar y actualizar a estos personajes en su actuar. Esa formación puede extenderse al público en general, pero se sabe que es mucho más efectivo el mensaje si es “traducido” por estos “influenciadores”.

Otra opción para que los medios incidan en la toma de decisiones de manera indirecta es la generación de prestigio social. La idea es que tanto los políticos, como los funcionarios agrícolas y todo tipo de asesores de la población, alcancen notoriedad pública a través de los medios. De esa manera, no sólo estas personas, sino el desarrollo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de las naciones es lo que adquiere prestigio. Y así, quien se incorpore a procesos de desarrollo modernizador alcanzaría también prestigio social, en un espiral permanente de construcción de prestigio.

De igual forma, Schramm sostiene que los medios pueden hacer cumplir las normas y eso puede ayudar a la toma de decisiones. Este autor piensa que los medios pueden incidir en la mente de los miembros de una nación para que asuman las normas de comportamiento que “se necesitan” para un proyecto de desarrollo modernizador y vigilar las posibles desviaciones de estas normas. Como se nota, aquí vuelve a entrar en juego la visión conductual de la comunicación de Lasswell que sostiene que los medios pueden persuadir a las audiencias, induciéndolos a la acción (Marafioti, 2005). En este caso, la acción esperada es una conducta asociada a la idea de progreso, a la eficiencia productiva y en general, al dejar atrás las prácticas de desarrollo tradicionales y asumir las nuevas prácticas del desarrollo modernizante.

En esta perspectiva, los medios también pueden contribuir a la formación del gusto y a hacer públicas las políticas de desarrollo. Los medios entonces podrían crear una “identidad nacional” para cohesionar a la población de un país. Y en esa misma línea, los medios estarían en capacidad de informar a todo un país sobre los problemas nacionales y de las políticas que debieran adoptarse. Es decir, los medios pueden articular a las masas, que normalmente son muchedumbres fragmentadas, para que se consideren una nación o para que se enteren de los asuntos públicos y actúen en consecuencia.

La tercera función de los medios en el desarrollo es la formativa. Los medios deben formar para la acción, pero no para una acción liberadora como lo expresó Freire (2011), sino una acción como retroalimentación. Es decir, la formación de los medios para el desarrollo está concentrada no sólo en la transmisión de conocimientos, sino especialmente en lograr que los estudiantes aprendan a actuar a partir de las

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

orientaciones de los profesores o los instructores. Los medios se convierten así en difusores de la educación bancaria, solo que ésta está muy dirigida a salir del subdesarrollo.

Esta concepción de la comunicación al servicio del desarrollo ha contado con seguidores en otras partes del mundo. Una de las autoras más sobresalientes en este tema es Nora Quebral (1996). Esta autora es considerada la madre de la comunicación para el desarrollo por sus trabajos sobre este tema en Asia, y en especial en Filipinas. Quebral sostenía que el propósito de la comunicación para el desarrollo es “fomentar el desarrollo”.

En su opinión, son tres los elementos claves de una comunicación para el desarrollo: información, motivación y educación.

A este respecto, Quebral (2008) sostiene:

El desarrollo exige precisamente una masa de personas con un índice bajo de alfabetización e ingresos, y los atributos socioeconómicos que lo acompañan, reciban información y adquiera la motivación para aceptar y usar un acervo considerable de ideas y habilidades hasta entonces desconocidas para ellas, en un lapso de tiempo bastante menor que el que normalmente tomaría dicho proceso. Entonces, ese es el trabajo de la comunicación para el desarrollo: informar y motivar a nivel nacional, sectorial y de proyecto. (pp. 107-108).

Esta autora sostiene que la información en grandes cantidades genera mayor desarrollo porque las audiencias se ven “envueltas” en esta mirada sobre la modernización. Pero además, si la información es persuasiva, es mucho mejor porque así los habitantes de un país pueden construir una nación. La educación a través de los medios se hace para alcanzar un clima de aceptación de lo que se persigue como objetivo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de un proyecto de desarrollo.

Quebral tiene una gran cercanía con los postulados de Schramm, pero hay una diferencia: en buena parte de su obra le concede mucha importancia a la cantidad de la información, como ya vimos y al canal de la información. Eso demuestra una relación de esta concepción de la comunicación para el desarrollo con la teoría matemática de la información.

Como sabemos, esta es una teoría que no proviene de las ciencias sociales, sino de la ingeniería. Claude Shannon creó un modelo de información en el cual se reproduce un mensaje de un punto a otro. Este es un modelo lineal, cuya finalidad es el que la información fluya. Es un modelo lineal porque la información va de la fuente de la información hasta el destinatario, pasando por un transmisor, convirtiéndose en una señal que pasa por un canal y llega a un receptor que convierte esa señal de nuevo en mensaje para el receptor (Wolf, 1987).

Este modelo que ha servido por décadas para la enseñanza de la comunicación, es más un modelo de sistemas de información que de comunicación. En este modelo lo más importante es que la información no sea distorsionada, en lo posible no deben existir ruidos que tergiversen o deformen la información inicial. En este modelo el centro de atención está en el mensaje, ni en los sujetos ni en los procesos.

Aquí la única diferencia es que la información que pasa por un canal – que es uno de los elementos del modelo – puede ser un servicio de extensión dirigido a un sector de la población, un programa de estudios, una obra de teatro, etc. Y el destinatario de esta información es el público rural y campesino. En este caso se trata de que la información fluya en grandes cantidades para que los campesinos se “concienticen” del desarrollo que les es benéfico.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Es muy evidente que este modelo desarrollista anclado a la comunicación no resultó válido para enfrentar los problemas del desarrollo en los países latinoamericanos y hasta en Estados Unidos.

En primer lugar porque el llamado “receptor” o el “destinatario” de la información era el campesino o el trabajador de los sectores populares. En esta concepción, el campesino nunca tuvo la palabra o su visión acerca de la realidad fue negada. La comunicación para el desarrollo no se puede basar en la transmisión de la información sobre el desarrollo. Los destinatarios de la información son sujetos activos que tienen múltiples visiones sobre la realidad que viven a diario. La transferencia de información es importante puede contribuir a la contextualización sobre los problemas del desarrollo, pero no para suplantar la voz de los implicados en un proyecto de desarrollo.

En segundo lugar, como dijo Juan Díaz Bordenave (2008), “a la gente no solo le gusta recibir comunicación de los demás, también le gusta comunicar a los demás lo que piensa y siente” (p. 224). Eso significa que la comunicación es un proceso en el que al menos hay dos interlocutores y no uno sólo. En esta concepción de la comunicación hay una concentración en quien emite, que puede ser un planificador, un instructor, un docente, un técnico, etc., pero de ninguna manera un campesino, un indígena o un habitante de un sector popular.

Esta es una perspectiva que se basa en la persuasión de las audiencias a través de estrategias comunicativas, dejando de lado la participación de la gente. La razón de esta postura es que a los actores populares se les consideran una masa, un grupo de personas desarticuladas, sin algo en común que los constituya como un “nosotros”. Nunca se buscó la participación comunicativa porque se consideró que los campesinos, los obreros, y en general todos los sectores populares eran incapaces de hacerlo. No se reconoció que estas personas hacen parte de grupos, conocen su territorio, poseen unos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

saberes, ya han participado y participan activamente de diferentes procesos comunitarios, y son sujetos que poseen una trayectoria vital que podría canalizarse en proyectos de desarrollo. El desconocimiento de esas realidades y la falta de reconocimiento de estas personas y grupos como sujetos con capacidad de decisión dieron al traste con muchas iniciativas impulsadas desde los medios masivos.

En tercer lugar, la educación en los medios es muy importante, pero no puede basarse en la transmisión sino en el aprendizaje compartido. Los medios pueden contribuir a la formación de las comunidades, pero “extender” la información no es educación y menos comunicación, como decía Freire (2007). Esta perspectiva de la comunicación para el desarrollo no toma en cuenta al “otro” del proceso formativo, que es el estudiante, y además asume que éste es un individuo al que se le deposita contenidos – en este caso sobre problemas o proyectos de desarrollo- para que su mente las procese. Así, el contenido que se transmite a las audiencias termina siendo un instrumento de opresión para que los sectores populares sean aún más oprimidos (Freire, 1985).

La educación es un proceso de comunicación y diálogo ente los partícipes de una práctica pedagógica. En esta perspectiva, no hay diálogo en los medios o a través de ellos, sino una manipulación de los medios sobre la necesidad de un modelo de desarrollo modernizador. No hay diálogo porque no se quiere dialogar con un campesino que es considerado un ignorante absoluto. No se dialoga con alguien a quien no se considera interlocutor. Lo que hay es un monólogo de parte de los técnicos o expertos en alguna temática o estructura de ese modelo de desarrollo norteamericano.

Y en cuarto lugar, porque este modelo de desarrollo ha generado progreso económico en algunos lugares, pero a la vez, ha provocado grandes desigualdades e inequidades sociales. La modernización ha alcanzado algunos logros importantes, como

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

la incorporación de algunos sectores al mercado productivo, avances en el campo de la biotecnología que han contribuido a la productividad agrícola, y aprovechamiento de la tecnología como acceso a bienes y servicios; pero, a la vez, esta modernización ha traído consigo un desmedido deterioro del medio ambiente, enormes carencias padecidas por una buena parte de la humanidad, y la concentración de la riqueza en unas pocas manos.

Así las cosas, una comunicación de apoyo al desarrollo o de desarrollo termina siendo una comunicación que fomenta un desarrollo que alimenta la desigualdad y la inequidad, contribuye a la depredación del ambiente y favorece la concentración del poder y la riqueza.

3.4.2.1.2 La difusión de innovaciones

Otro elemento importante dentro de esta perspectiva funcional/difusionista de la comunicación para el desarrollo es la difusión de innovaciones. El autor que introdujo este elemento fue Everett Rogers con su libro *Difusión de Innovaciones*, obra que se publicó en el año 1962.

Raúl Fuentes Navarro (2005) recoge de esta obra una definición acerca de la difusión de la innovación, así:

Este modelo describe el proceso mediante el cual una innovación (definida como una idea práctica u objetivo definido como nuevo para un individuo) es comunicada por medio de ciertos canales a través del tiempo a miembros de un sistema social. El modelo clásico especifica: 1) los estudios en el proceso decisión – innovación y la importancia relativa de varios canales en cada uno de los estudios; 2) la forma en la cual las características percibidas de las innovaciones afectan su tasa de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

adopción; 3) las características y el comportamiento de los adaptadores “tempranos” y “tardíos”; 4) el rol de los líderes de opinión en la difusión de innovaciones; y 5) los factores que intervienen en el éxito relativo de los agentes de cambio. (Cita de Rogers, tomado por Fuentes, 2005, p. 97).

Aquí se ve, cómo para Rogers la innovación implica un cambio de comportamiento de las personas que acceden a esos “bienes”. Es decir, difundir innovaciones implica un “cambio social” – como se llamó durante un buen tiempo- que debe conllevar a la aceptación de esos nuevos productos y servicios, que pueden representar la mejoría en la calidad de vida de miles de personas.

Rogers trabajó este modelo de difusión de innovaciones en diversas partes del mundo, y en Colombia, en el Instituto Colombiano Agropecuario, buscando que los campesinos aceptaran esas innovaciones tecnológicas que contribuirían a la mejora de su productividad agrícola y pecuaria.

Uno de sus discípulos y también de Nora Quebral fue Juan Jamias (2008). Jamias relaciona así la innovación y la comunicación para el desarrollo:

Para que la comunicación para el desarrollo exista –física y conceptualmente – debe haber una innovación, una persona o una fuente que la dé a conocer, y una persona o personas que actúen frente a ella de una manera específica. Para cerciorarse deberán obtenerse diferentes grados de acción o cambio en el comportamiento del destinatario (Jamias, 2008, p. 188).

Así las cosas, la difusión de innovaciones es fundamental para la comunicación de desarrollo o para el desarrollo porque con ella se alcanza el cambio de comportamientos que cualquier proyecto de desarrollo modernizador necesita. Ese cambio se logra gracias al efecto estratégico del medio masivo por el cual se presenta la información sobre algún

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

tópico del desarrollo. En realidad no se trata de una toma de conciencia del campesino sobre su situación, sino del efecto persuasivo del medio sobre las comunidades y sus líderes para asumir como válida la incorporación de nuevas tecnologías y de una cultura económica que aparentemente es mejor que la suya.

En últimas, en la difusión de innovaciones se habla de un cambio social para mantener un modelo de desarrollo. El modelo no cambia, pero la sociedad sí debe cambiar. El modelo es el requerido, la sociedad debe someterse a él porque le conviene, dado que la innovación es mejor que lo tradicional.

En esta concepción, la innovación es más importante que la sociedad misma. La sociedad de los países en vías de desarrollo está atrasada, pero la innovación es una expresión del mundo desarrollado y por tanto, debe ser copiada y asimilada. El mismo Rogers (2008) entendió posteriormente que ninguna innovación puede estar sobre los sujetos y sobre sus vivencias y expectativas. La innovación puede contribuir al desarrollo de los pueblos si tiene que ver con sus visiones de presente y futuro.

3.4.3 La epistemología del campo de la comunicación participativa

En América Latina surge un nuevo campo de la comunicación, como es la comunicación participativa a partir de la crisis que produjo la implementación de este modelo difusionista/funcionalista que acabamos de presentar en este capítulo. Esta crisis, como la llama Martín Barbero (1983) generó dos cosas: el que se reconocieran otras prácticas comunicativas participativas y transformativas y el que surgieran apuestas epistemológicas latinoamericanas, como la comunicación popular – con todas sus variedades conceptuales y prácticas -, la comunicación para “otro” desarrollo, y la comunicación y educación.

3.4.3.1 La comunicación popular.

Uno de los elementos más importantes en el desarrollo de esta perspectiva de la comunicación que dio origen al campo de la comunicación participativa fue el concepto de lo popular y de la comunicación popular. Hay varios autores latinoamericanos que han ido conceptualizando esta noción de lo popular y de la comunicación en lo popular. En este texto tomaremos como base de análisis, lo expresado por María Cristina Mata, Jesús Martín Barbero y Mario Kaplún al respecto de la comunicación popular.

Marita Mata (2011) sostiene que a lo largo de la historia del pensamiento comunicacional de América Latina se han constituido tres concepciones sobre la comunicación popular. La primera es la de “los sin voz” pero que “tienen voz”, la segunda tiene que ver con lo popular visto y asumido como movimientos sociales, y la tercera es la comunicación popular como una comunicación en la que los ciudadanos transforman las lógicas del poder. En este ensayo asumiremos cuatro concepciones sobre esta comunicación popular, sumando una a las que Mata desarrolló, como es la comunicación popular como manifestación de la cultura popular.

3.4.3.1.1 Los “sin voz” pero “con voz”.

La primera concepción sobre la comunicación popular se gestó en los años 70 a partir del reconocimiento de diferentes prácticas comunicativas desarrolladas por sectores populares. La primera de ellas y más notoria en América Latina son los radios mineras bolivianas. Esa fue una experiencia emblemática porque mostraba como un sector de la población, como es el de los obreros mineros, tuvo la capacidad de transformar su realidad desde unas prácticas comunicativas radiales en las que las voces de los mineros y de los dirigentes de las organizaciones sindicales se hicieron públicas, mostrando una realidad hasta ese momento desconocida por los medios tradicionales.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Así como ésta, en las décadas del 50, 60 y 70 surgieron otras experiencias en el continente, especialmente radiales, periódicos locales, altavoces u otras expresiones populares (Véase Figura 1), que denotaban que los llamados “sin voz”, realmente “sí tenían voz”, pero no habían sido reconocidos.

Los sectores populares en nuestro continente estaban compuestos por campesinos, obreros e indígenas. Estos sectores estaban excluidos del poder, pero también estaban considerados por los intelectuales del paradigma dominante y por los miembros de la perspectiva funcionalista/difusionista, como sectores ignorantes y muy persuasibles por parte de las transnacionales de la información. Por eso, ese apelativo de los “sin voz” tenía más que ver con el acceso a los medios de información y con la paulatina pérdida de “la voz” a medida que los medios masivos incidían en su cultura e identidad.

La maestra María Cristina Mata (2011) sostiene que estos sectores populares sí contaban con una voz, la de su práctica, así:

“Los recorridos de la comunicación popular latinoamericana hicieron eje en un silencio impuesto que debía ser roto. Esa ruptura aludía a poder pronunciar la palabra acallada por el poder económico y político expresado en los sistemas de explotación y los regímenes dictatoriales o las democracias autoritarias. Pero más complejamente aludía a cuestionar el poder de quienes en diferentes ámbitos establecían las reglas de juego del decir: los que habilitaban o deslegitimaban voces, temas, lenguajes o modalidades expresivas en la casa, en la escuela, en las organizaciones sociales, en los partidos políticos y en las iglesias, porque en múltiples espacios se ejercía el dominio y se buscaba someter a los más débiles y a quienes confrontaban el orden estatuido porque lo juzgaban injusto e insatisfactorio para sus necesidades, intereses y deseos. (p. 3).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Lo anterior pone de presente varias cosas relevantes para este análisis. Una: los “sin voz” existen pero porque han sido acallados, no porque no tengan algo que decir o no porque sus prácticas no hablen. La voz de muchos sectores populares ha sido acallada porque no se ha legitimada por los medios y por los que ostentan el poder. Dos: la voz de los sectores populares siempre ha existido, así como se evidencian voces sometidas al poder del Estado o a los poderes hegemónicos, hay voces críticas a la dominación, al establecimiento y a la situación de marginalidad, Y tres: hay diferentes expresividades de los sectores populares, que no hacen parte de la agenda mediática masiva

Así las cosas, la comunicación popular no es el espacio para “darle voz a los que no tienen voz”, sino el lugar o el proceso en el que las voces de los sectores populares son legitimadas porque son reconocidas como válidas, necesarias y fundamentales para la construcción de una nación.

Mario Kaplún (1985) decía “Sólo cuando la gente comienza a decir su propia palabra, empieza a pensar por sí misma y a liberarse” (p. 75). Los medios son los espacios propicios para la expresión y para “decir su propia palabra”, como sostiene Kaplún. En su obra, la importancia de Freire (2011) es innegable, porque mientras para Freire la liberación se alcanza a través de una educación crítica, para Kaplún, se logra a través de poner en común las voces de lo popular.

Es indudable que en esta concepción de la comunicación popular, la influencia no sólo fue de Freire sino de la educación popular. Ésta busca problematizar y convertir a la educación en una gran herramienta para la transformación de las sociedades latinoamericanas. La educación popular es una pedagogía crítica que pretende hacer resistencia a los modelos dominantes educativos y políticos.

Alfonso Torres (2015) recuerda que Carlos Rodrigues Brandao identificó tres

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

grandes sentidos de la expresión educación popular. El primero es el saber y las prácticas de las comunidades populares. Aquí se destaca la sabiduría y la cultura popular. El segundo, la democratización del saber escolar, que se centra en que la acción educativa se oriente a los sectores más vulnerables. Y el tercero, el trabajo de la liberación a través de la educación. Así, la educación no sólo es un proceso formativo, sino un proceso de organización social. Estos tres sentidos de la educación popular fueron asumidos por esta primera concepción de la comunicación popular.

3.4.3.1.2 *La comunicación popular como culturas populares.*

La educación popular incorpora un elemento trascendental para la comprensión de la comunicación popular, como son las culturas populares. La comunicación popular como manifestación de las culturas populares se constituye en el segundo concepto sobre esta comunicación. Aquí la comunicación popular expresa la cultura popular y la cultura popular es la base de la comunicación popular.

Jesús Martín Barbero (1983) encuentra la relación entre las culturas populares y la comunicación popular, así:

Pero otra cosa es partir de lo que yo he partido, y es el hecho de que la comunicación popular nos exige plantearnos los procesos y los problemas de las culturas populares, de los conflictos que articulan esas culturas y, por tanto, de la imposibilidad de soñar una comunicación popular definida únicamente en términos positivos, ya que, planteado en términos de culturas y en términos de dominación y de conflicto, lo que vamos a encontrar en la comunicación popular no es ninguna receta, no es ningún esquema nuevo; es, indudablemente, un espacio de contradicciones, de ambigüedades, donde la resistencia y la impugnación conviven con la complicidad; conviven con la manera con lo que lo popular vive,

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

paradójicamente, contradictoriamente, de su propio contrato (p. 5).

Esta concepción sobre las culturas populares de Martín Barbero la desarrolló aún más en su libro “De los medios a las mediaciones” (1991), al relacionar a las culturas populares con las mediaciones. Las culturas populares se asumen como espacio de conflicto entre la crítica y el sometimiento, y entre lo tradicional y lo moderno. Las mediaciones se convierten en lo que está entre las matrices culturales y los medios, los medios y el consumo, las matrices culturales y las matrices industriales, y la producción y el consumo cultural. Así, lo popular se ha hecho de lo hegemónico mediático, pero también de las costumbres y tradiciones. La fiesta, por ejemplo, es una mezcla entre lo tradicional y lo hegemónico, al pasar de lo “étnico a lo típico”.

Los estudios sobre las culturas populares se intensifican en la década de los 80 en América Latina, con una fuerte influencia de los Estudios Culturales ingleses. Varios son los exponentes de esta tendencia, como Raymond Williams y Stuart Hall, quienes pensaron la cultura desde el marxismo y el neomarxismo, apoyándose en los postulados de Antonio Gramsci, estableciendo así una estrecha relación entre lo cultural, lo político y lo económico (Richard, 2010, p. 40).

Uno de los elementos centrales de los Estudios Culturales es la relación entre el poder y la cultura. Williams define a la cultura como el ámbito de las significaciones de la vida social. En la sociedad existen valores en juego, como tradiciones, simbolizaciones, prácticas sociales, que se convierten en elementos fundamentales para la jerarquización social, la legitimación y la validación social. Stuart Hall, a su vez, sostiene que la cultura es un conjunto de reflexiones disponibles con los cuales la sociedad da sentido a sus experiencias, pero la cultura también es la articulación entre las prácticas específicas y la totalidad de la estructura social. Es decir, las prácticas culturales son ejercicios del poder o, si se quiere, son también prácticas políticas.

3.4.3.1.3 La comunicación popular, alternativa y comunitaria.

La tercera concepción sobre la comunicación popular es la que asocia lo popular con los movimientos sociales o con la organización social. Los regímenes autoritarios latinoamericanos de las décadas de los 70 y 80 dieron origen a esta concepción, al igual que los movimientos sociales de los 80 y los años 90.

La profesora Cicilia María K. Peruzzo (2012) define así esta comunicación popular, alternativa y comunitaria:

En su conjunto, la comunicación popular y alternativa representa una contracomunicación, otra comunicación, elaborada en el ámbito de los movimientos sociales populares y las “comunidades”. Su objetivo es ejercer la libertad de expresión, ofrecer contenidos diferenciados, servir de instrumentos de concienciación y, así, democratizar la información y el acceso de la población a los medios de comunicación, para contribuir a la transformación social (pp. 352-353)

En esta concepción, la comunicación popular no existiría sin la acción colectiva. Es más, la movilización popular se vale de la comunicación para hacer visibles sus reivindicaciones sociales y en general su manera de ver el mundo que los rodea. Es decir, esta comunicación popular es un proceso en el que se hacen tangibles las necesidades sociales, las problemáticas culturales, políticas y económicas, y en general el sentir de los sectores populares frente a las hegemonías de todo tipo que existen en nuestro medio (Merino, 1988).

Si hay movimientos sociales es porque hay un conflicto con el establecimiento, lo cual nos lleva a pensar que en esta concepción la comunicación popular es en esencia conflictiva. La comunicación popular es aquí un espacio para la interpelación, el cuestionamiento, la crítica, desde las vivencias de los sectores populares organizados. La

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comunicación popular es entonces contrahegemónica, dado que se basa en el conflicto contra lo hegemónico, desde los medios masivos hasta el mismo sistema político y económico opresor.

El concepto de hegemonía y de contrahegemonía es prestado de Antonio Gramsci (1999). La hegemonía es la capacidad de un grupo para organizarse y articularse con otros grupos a partir de una cierta visión de mundo. Es una hegemonía cultural que es superior al uso de la fuerza porque se expande a través de la familia, las iglesias, los partidos políticos, el sistema educativo y los medios de información. A través de estos mecanismos hay una imposición de valores, creencias y sentidos sobre lo público y sobre lo privado. Hay una dirección “intelectual y moral” de algunos grupos sociales que ostentan el poder, sobre el resto de la sociedad para mantener el estado de las cosas.

Pero para Gramsci si hay una hegemonía, podría existir una contrahegemonía o una hegemonía alternativa. Un grupo alterno se puede convertir en contrahegemónico si define sus intereses desde la dimensión intelectual y moral y también desde la dimensión política. La primera práctica contrahegemónica es la crítica a la hegemonía, buscando generar una “guerra de posiciones” y la subsiguiente práctica es convertirse en una hegemonía alternativa. La comunicación popular asume los postulados de Gramsci y por eso dos de los elementos estructurales de esta concepción y práctica comunicativa son para Mata (2011) la organicidad, como espacio de construcción colectiva, y la inserción de los sectores populares como movimientos contrahegemónicos.

En las experiencias de esta comunicación popular- comunitaria – alternativa, como dice Peruzzo, se persigue contribuir a la emancipación de los grupos humanos y a la mejoría en las condiciones de vida de los grupos excluidos, violentados y que han sido violado sus derechos.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Esta corriente de pensamiento y de acción está constituida por iniciativas populares en medios y otros canales de expresión, como el teatro, el video, las protestas, etc. Son medios y procesos que son parte de la organicidad de los movimientos y organizaciones sociales. John Downing (2000) llama a estos medios, medios de comunicación radicales, pero en esencia se está hablando de la misma dinámica de los medios y los procesos en relación a los movimientos sociales.

Es muy claro, para Downing, que estas prácticas comunicativas poseen una intención política contrahegemónica frente a los medios dominantes, normalmente masivos, y contienen en sí mismas un gran potencial emancipador.

Esta concepción de lo popular como alternativo, de Peruzzo, o de lo radical, de Downing, posee un antecedente importante: los trabajos de Maximo Simpson (1986), Diego Portales (1986) y Fernando Reyes Matta (1983). Simpson (1984) sostiene que esta comunicación alternativa surge como respuesta al carácter unidireccional y autoritario de los medios masivos. Diego Portales (1986) también sostiene que esta comunicación se opone al predominio de una comunicación transnacional. Y Reyes Matta también cree que la comunicación alternativa es una respuesta al sistema dominante, pero asume que, a la vez, es una comunicación que promueve la participación democrática y rescatar y construir la democracia desde las expresiones democráticas en los medios (Reyes-Matta, 1983).

3.4.3.1.4 La comunicación popular como procesos ciudadanos de

transformación del poder.

La cuarta concepción sobre la comunicación popular es aquella que tiene que ver con la constitución de los sujetos políticos como ciudadanos capaces de transgredir los poderes existentes para transformar las lógicas del poder. Esta concepción surge en la primera década del presente siglo y va de la mano de la “explosión” de las diversidades u otredades sociales, culturales, políticas y., religiosas. Son organizaciones sociales y movimientos populares que se constituyen a partir de las diferencias y de la acción política común.

Aquí no se habla del ciudadano asociado al Estado o a una organización social o política, se asume al ciudadano como un sujeto político que persigue politizar o repolitizar la vida cotidiana y al vida pública (Aguilo, 2009). La propuesta es la constitución de otro tipo de ciudadanos: los de alta intensidad, como los llama Boaventura de Sousa Santos, que implica la repolitización de la sociedad y la construcción colectiva de reglas de juego en los territorios. Unos ciudadanos que sean capaces de hacerse cargo de su convivencia, gestionando colectivamente sus conflictos, desde los privados hasta los más públicos y desde los personales hasta los territoriales y más colectivos.

El actor popular es el ciudadano que lucha por participar y construir lo público. Es un individuo que no se contenta con hacer parte de organizaciones o grupos, sino que busca participar en las decisiones sobre los asuntos públicos. Al tiempo que critica la desigualdad, inequidad y exclusión social, busca transformaciones sociales incorporando a esta comunicación a poblaciones subordinadas –como los indígenas, los migrantes, las mujeres, los otros géneros, los niños y niñas, y los campesinos y obreros- para construir con ellos “nuevas realidades comunicativas” (Mata, 2011) .

La comunicación popular buscar construir lazos entre los ciudadanos – individuos y colectividades- para entretejer lo común y hacerle frente a las políticas y regímenes que

pretenden mantener el statu quo.

La comunicación popular como procesos ciudadanos también incluye a los medios. Clemencia Rodríguez (2009) hace ya un tiempo comenzó a llamar a los medios alternativos y comunitarios como medios ciudadanos. Los medios ciudadanos, dice Rodríguez, son “aquellos que promueven procesos simbólicos que le permiten a la gente designar y expresar el mundo en sus propios términos” (Rodríguez, 2009, p. 18). Los medios son espacios para el reconocimiento de la identidad, para la expresión de esas identidades, y para la acción política.

3.4.3.2 Una comunicación para “otro” desarrollo, el cambio social y la comunicación para el buen vivir

Otro de los elementos epistemológicos que constituye este campo de la comunicación participativa es una relación entre la comunicación y el desarrollo muy distinta a la perspectiva funcionalista/difusionista.

En la actualidad hablamos más de “comunicación y desarrollo” sin una perspectiva funcional e instrumental. La comunicación *para* el desarrollo, subordinó la primera al segundo, en una relación de dependencia que limitó sus alcances. Hoy se ha ampliado el concepto de comunicación como un proceso de interlocución que interpela al desarrollo, lo cuestiona y redefine. La comunicación contribuye a que los sujetos sociales se conviertan en sujetos de su propio desarrollo, a través de procesos de empoderamiento social y político. La comunicación no es más un instrumento para el logro de unos objetivos de corto plazo, sino un proceso continuo de construcción colectiva donde los sujetos (individuos o comunidades) son reconocidos como agentes de cambio social y desarrollo.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Al tratarse de un espacio público todavía en construcción y de un campo de estudio en permanente cuestionamiento, esta mirada sobre la comunicación y el desarrollo, plantea preguntas que deben ser respondidas tanto desde las prácticas como desde la academia, y preferiblemente, a través de un accionar conjunto que permita nutrir la investigación científica desde la práctica. Entre tanto, la pregunta general que se ha planteado en años recientes: “¿Cuál comunicación para qué tipo de desarrollo?” justifica por sí misma la profundización en los estudios sobre comunicación, ya que no se resolverá fácilmente. El debate sobre los modelos de desarrollo incluyen en su seno las discusiones sobre la comunicación y el desarrollo.

Luis Ramiro Beltrán (2008), Everett Rogers (2008) – dos de los autores que contribuyeron a la promoción de la comunicación para el desarrollo o de apoyo al desarrollo, pero luego la controvirtieron - Juan Díaz Bordenave (2015) y Héctor Schmucler (1986) cuestionan ese modelo desarrollista dentro de la comunicación.

Hay varias razones para esa crítica: 1) es una comunicación vertical porque en esta comunicación se emiten mensajes que van de arriba – los sectores dominantes – hacia abajo – los sectores dominados -. La retroalimentación es una constatación de que se ha logrado persuadir a las audiencias; 2) no es un proceso democrático porque la interacción humana no existe, no hay diálogo entre los que pretenden implementar un modelo de desarrollo con los habitantes de los territorios en los que se implementaría ese modelo de desarrollo. Pero tampoco es democrático porque no hay un proceso de reconocimiento de la voz de los sectores populares para contar con ellos en un eventual proyecto de desarrollo; 3) la visión sobre el desarrollo como productividad y como avances tecnológicos, deshumaniza a la sociedad porque la comunicación es en esencia constituyente de lo humano; 4) esta comunicación está basada en un modelo de desarrollo caduco que no ha mejorado las condiciones de vida de los países del llamado

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Primer Mundo; y 5) hay una negación de la voz de los sectores populares y de sus necesidades y problemáticas.

El rechazo al desarrollismo propio del paradigma dominante está claro y se ha generalizado, pero las respuestas serán solamente producto de un proceso de reflexión que salga de un debate en profundidad, tanto en espacios académicos como en el espacio público de la sociedad civil. Las nociones actuales de comunicación participativa rechazan la idea del emisor como protagonista porque contribuye a “desarrollar” a sus interlocutores poniendo el acento en la difusión de mensajes. Hoy hablamos de una comunicación dialógica en la que los sujetos construyen su propio discurso sobre el desarrollo, se organizan para intervenir con voz propia en la esfera de lo público, y a través de la acción colectiva, reconfiguran su papel como sujetos políticos.

Hay varios autores que han criticado el paradigma dominante, pero también han construido nociones sobre la comunicación y el desarrollo, pensando tanto a la comunicación como al desarrollo como un proceso de transformación desde las mismas comunidades. A lo largo del tiempo se han venido gestando varias tendencias de una comunicación para “otro” desarrollo, como son la comunicación horizontal y democrática – liderada por Luis Ramiro Beltrán (2015) - la comunicación en el desarrollo - promovida por Juan Díaz Bordenave (2008) y Rosa María Alfaro (2009), la comunicación y el cambio social – impulsada por Alfonso Gumucio (2004) – y la comunicación para el buen vivir – en cabeza de Adalid Contreras (2011).

3.4.3.2.1 La comunicación horizontal y democrática.

En cuanto a la primera concepción, la de la comunicación horizontal y democrática, el maestro boliviano Luis Ramiro Beltrán (2015) sostiene:

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa en el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.

Todos tienen el derecho a comunicarse con el fin de satisfacer sus necesidades de comunicación por medio del goce de los recursos de la comunicación.

Los seres humanos se comunican con múltiples propósitos. El principal no es el ejercicio de la influencia sobre el comportamiento de los demás (p. 154).

La comunicación es democrática, para Beltrán, si es una comunicación que deja de ser vertical, y se opta por la horizontalidad comunicativa. La comunicación vertical se presenta cuando una parte minoritaria de la población (las élites) ejerce el poder sobre la mayoría de la población (el pueblo). Ese poder hegemónico se ejerce a través de los medios masivos. Es a través de ellos que quienes ostentan el poder subordinan a los sectores marginados de la población.

La comunicación es horizontal si se cumplen varios elementos: 1) acceso, que es el derecho a recibir mensajes; 2) diálogo: el derecho a recibir, pero al tiempo, a emitir mensajes; 3) participación: derecho a dar a conocer mensajes a otros; 4) derecho a la comunicación: derecho a recibir y emitir mensajes intermitentemente o al mismo tiempo; 5) considerar a los seres humanos como comunicadores: derecho tanto de emitir mensajes como de recibirlos; 6) la necesidad de comunicarse: que es una demanda natural individual y es una condición de la existencia humana; 7) el recurso de la comunicación: cualquier elemento para hacer posible el intercambio simbólico; 8) la libertad: un proceso generado en una negociación con la libertad de los demás; 9) el igualitarismo: expandir las posibilidades de recepción de mensajes y reducir la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

concentración de las posibilidades de emisión en unas pocas manos: y 10) la influencia sobre el comportamiento de manera lícita.

Esta es una comunicación que reivindica derechos: el derecho a la información, que se alcanza con el acceso de los pueblos a los medios y al contenido de los mismos; el derecho al desarrollo, que promueve el diálogo y la participación como elementos fundamentales de un desarrollo humano; y el derecho a la comunicación, que implica el derecho de los grupos sociales a organizarse y a dar a conocer sus cosmovisiones y proyectos de presente y futuro.

No cabe duda que Beltrán tuvo dificultades para apartarse de las tendencias norteamericanas sobre la comunicación, como la teoría del Emirec (Aparici y García-Marín, 2018). Sin embargo, la llamada “horizontalidad” de la comunicación estuvo muy influenciada por varios autores latinoamericanos. El más importante de ellos fue Paulo Freire, especialmente a partir de su obra *La educación como práctica de la libertad* (2011). En ella Freire le apuesta a una pedagogía para la libertad, que promueve la reflexión y la autoreflexión sobre el papel histórico de los sujetos en el espacio y el tiempo. Para la elaboración de este concepto sobre la horizontal comunicativa, Beltrán toma de la obra de Freire la necesidad del diálogo y la participación como elementos fundamentales de la toma de conciencia sobre las realidades.

En las décadas de los años 70 y 80 dos hechos fueron trascendentales para esta mirada sobre el desarrollo y su articulación con la comunicación. El primero es el informe McBride (1993) y el segundo es el debate sobre el Nuevo Orden Mundial sobre la Información y la Comunicación (NOMIC). En el informe, McBride de la Unesco se dan a conocer una gran cantidad de experiencias en comunicación popular, alternativa y para el desarrollo que dejan ver una enorme diversidad de posibilidades de democratización de la comunicación desde los sectores marginados. Al tiempo, en ese mismo encuentro de la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Unesco y en otros espacios se comenzó a debatir el concepto sobre el NOMIC. Ese “nuevo orden” ponía de presente una mirada distinta sobre los medios y su incidencia en los países del llamado Tercer Mundo y acerca de la necesidad de constituir redes de medios latinoamericanos y de la región del sur: Luis Ramiro Beltrán lideró un movimiento intelectual latinoamericano a favor de las Políticas Nacionales de Comunicación, que buscaban promover una verdadera democratización de la comunicación y la información en la región.

. Estos hechos y esta concepción y práctica de la comunicación horizontal y democrática tuvieron una enorme relación con la teoría de la dependencia. Esta teoría nació en América Latina en las décadas de los años 60 y 70 y sus postulados son: 1) el subdesarrollo está directamente ligado a la expansión de los países industrializados; 2) el desarrollo y subdesarrollo son dos aspectos diferentes del mismo proceso; 3) el subdesarrollo no es ni una etapa en un proceso gradual hacia el desarrollo ni una precondition, sino una condición en sí misma; y 4) la dependencia no se limita a relaciones entre países, sino que también crea estructuras internas en las sociedades (Cardoso y Faletto, 1977).

3.4.3.2.2 La comunicación en el desarrollo.

El investigador paraguayo Juan Díaz Bordenave (2008) fue mucho más influenciado por la obra de Freire y por eso hablaba así de la función de la comunicación en el desarrollo, que es la segunda tendencia de esta comunicación para “otro” desarrollo:

Bajo la influencia de Freire, Ivan Illich y muchos otros comunicadores han llegado a concebir la comunicación como un proceso inseparable de los demás procesos sociales y políticos necesarios para el desarrollo y la independencia nacionales. Los números fracasos y frustraciones a los que se enfrentan los esfuerzos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

modernizadores han demostrado que para ser realmente eficaz, la comunicación debe estar orgánicamente integrada con procesos tales como la concientización, la organización, la politización y la tecnificación (Díaz Bordenave, 2008, p. 229).

Díaz Bordenave recoge de Beltrán la gran crítica a los sistemas comunicativos y educativos como herramientas para la dominación y domesticación de la sociedad y la propuesta de contribuir desde la educación y la comunicación con la construcción de una conciencia crítica autónoma.

La comunicación en el desarrollo es, para Díaz Bordenave, la posibilidad de transformar críticamente las realidades que le son adversas a los sectores populares a través de la conciencia de los sujetos acerca de las problemáticas del desarrollo local, nacional e internacional, de generar organización social y política alrededor de la visibilización, el debate y la acción política sobre el desarrollo de los pueblos latinoamericanos, y de generar autonomía, partiendo de las propias realidades de los sectores marginados y populares.

Otra de las autoras que más ha trabajado esta noción de comunicación en el desarrollo es la peruana Rosa María Alfaro (2006), quien agregó varios elementos novedosos a esta concepción sobre estos procesos participativos:

Definir a la comunicación es una tarea difícil, especialmente si no queremos caer en el simplismo. La conexión con el desarrollo, desde los conceptos de capital social y cultural, le precisa ya un sentido participativo como punto de partida que la define; es decir, inserta en un proyecto político democratizador..... Más bien tendríamos que hablar de una comunicación viva que compromete los imaginarios y deseos en la línea de resolver sus problemas, alimentar esperanzas o sueños, generar cambios sostenibles y salir adelante, siendo protagonistas de la ruta

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

emprendida. Se trata de convertir esos sentidos subjetivos individuales o parciales de personas y organizaciones. Pero el impulso amplio de compromisos que lo dirige es conseguir transformaciones que reduzcan las desigualdades, que aseguren un mínimo de convivencia generando vínculos de cohesión y emprendimiento común, que permitan una sociedad más dirigida por valores éticos. Sea ésta intervención directa, mediada y/o virtual, la entendemos inserta en esa voluntad colectiva e interactiva que desea y busca permutar las lógicas que nos han llevado a tantos problemas o conflictos y también pasividad. De alguna manera, es acercarse entre diversos sujetos y grupos a tocar la posibilidad del sueño hecho realidad aunque su realización fuese poco a poco y a cuenta gotas (Alfaro, 2006, p.79).

Como se ve, esta relación entre comunicación y desarrollo dista mucho de las concepciones desarrollistas y centra su atención en el sujeto individual y colectivo. Esta perspectiva de la comunicación en el desarrollo humano es coherente con las nuevas orientaciones sobre desarrollo, que sin bien han sido formuladas por varios autores, no necesariamente se incorporan en los mecanismos institucionales de desarrollo, donde los cambios suelen ser lentos, en parte por la propia dinámica burocrática que busca preservarse a sí misma.

Por ejemplo, Max-Neef, Elizalde y Hopenhayn (2000) hablan del desarrollo a escala humana. El desarrollo humano está orientado a la satisfacción de las necesidades humanas para elevar la calidad de vida. En este sentido, la propuesta se basa en la relación entre necesidades humanas y satisfactores. Las primeras, entendidas como un sistema de carencias y potencialidades, y los segundos, como “formas de ser, hacer y estar, de carácter individual y colectivo, conducentes a la actualización de necesidades” (Max-Neef, Elizalde, Hopenhayn, 2000, p. 18). El desarrollo a escala humana significa

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

una oportunidad para que las personas sean reconocidas como sujetos políticos, dando origen así a un desarrollo auto-dependiente y participativo; no impuesto, sino construido de abajo hacia arriba (Aprea y Cabello, 2004).

Este tipo de desarrollo implica que los sujetos se vinculen como partícipes de su propio destino, para alcanzar la libertad. Como lo ha escrito Amartya Sen (1999), la libertad es el fin principal del desarrollo. En este enfoque los ciudadanos pueden participar en la configuración de su propio destino, la clave está en el desarrollo y en la salvaguardia de las capacidades de los individuos. El trabajo de Amartya Sen y de otras personas fundó las bases conceptuales de un enfoque alternativo y más amplio del desarrollo humano (PNUD, 2001), que incluye elementos como tener una vida sana, conocimientos, acceso a recursos indispensables para una vida digna, y poder participar en la vida de la comunidad.

El desarrollo humano comparte una visión común con los derechos humanos. El objetivo es la libertad humana, la cual resulta vital para el desarrollo de las capacidades y el ejercicio de los derechos. Las personas deben tener libertad para hacer uso de sus opciones y participar en las decisiones que afectan sus vidas. El desarrollo humano y los derechos humanos se refuerzan mutuamente, ayudan a garantizar el bienestar y la dignidad de todas las personas y fomentan el respeto por sí mismo y por los demás (PNUD, 2001, p. 11).

Otra visión sobre el desarrollo que también se valora en esta mirada sobre la comunicación y el desarrollo de Alfaro es la planteada por Sergio Boisier (2003), conocida como el Desarrollo Sinérgico. Es una propuesta que le apunta al desarrollo a partir de la relación con el territorio como escenario de producción simbólica, económica, política, cultural y social. El territorio es una construcción simbólica, que trasciende su condición física. Es el espacio – tiempo que da sentido a las interacciones sociales que nos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

constituyen como ciudadanos. Lo anterior enfatiza la necesidad de contar con el capital humano y con el capital social para emprender cualquier iniciativa en favor del desarrollo, sin olvidar que también existen otros capitales como el económico, el cognitivo, el simbólico, el cultural –siguiendo a Bourdieu (1987)-, el psicosocial, el cívico –partiendo de lo dicho por Putnam (1994). Lo importante es que se generen sinergias en todos estos capitales, de tal forma que se construya un capital sinérgico, que se basa en las acciones colectivas dirigidas a propósitos comunes.

Lo importante es que la comunicación puede contribuir a la constitución de sujetos críticos al desarrollo neoliberal y propositivos a alternativas al desarrollo. Así lo vimos en el trabajo realizado sobre la “Comunicación para la construcción del capital social” (Rocha, Molina, Moreno y Ortiz, 2008). En esta experiencia se evidenció que el desarrollo se puede construir “desde abajo”, a través de procesos participativos de planeación.

Esa concepción de comunicación y desarrollo está fuertemente relacionada con la democratización de la comunicación. Es decir, la comunicación en el desarrollo solo es posible si se posibilita la democracia comunicativa. La democracia es entendida como su noción más antigua: el gobierno del pueblo. Y un pueblo puede gobernarse si se convierten en ciudadanos activos y propositivos. Ciudadanos que conviertan lo privado en público y que se constituyan en alternativas al poder hegemónico. Se trataría de asumir a la democracia como la transformación de las relaciones desiguales de poder desde la acción ciudadana (De Sousa, 2017). La comunicación en el desarrollo persigue construir esta nueva democracia y estas nuevas ciudadanías.

3.4.3.2.3 La comunicación y el cambio social.

En la primera década del presente siglo surgió la noción de comunicación para el cambio social o la comunicación y el cambio social. Esta concepción de la comunicación abre la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

puerta a la necesidad de alcanzar cambios sociales significativos. Alfonso Gumucio (2004) define así a esta comunicación:

La comunicación para el cambio social es una comunicación ética, es decir, de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas, y busca potenciar su presencia en la esfera pública. Recupera el diálogo y la participación como ejes centrales; ambos elementos existían entrelazados con otros modelos y paradigmas y estaban presentes en la teoría como un gran número de experiencias concretas, pero no tenían carta de ciudadanía entre los modelos dominantes de modo que no alimentaron suficientemente la reflexión. Esta comunicación que comienza ahora a recuperar terreno es como el cuarto mosquetero, presente junto a los otros tres, aunque no se lo cuente todavía. Entra un poco más tarde en escena, pero su contribución es definitiva (Gumucio, 2004, pp. 6-7).

Gumucio identifica ciertas características de la comunicación para el cambio social, que si bien son parcialmente compartidas con visiones anteriores, la hacen diferente y subrayan su complejidad.

Las principales premisas de la comunicación para el cambio social, centrales en el debate sobre desarrollo y comunicación, podrían resumirse de la siguiente manera: En primer lugar, la sociedad demanda una comunicación con visión estratégica, capaz de incidir en las políticas nacionales, en los marcos legales, en los planes de macro-desarrollo y no solamente en aquellos del desarrollo local, y por eso esta comunicación es estratégica. En segundo lugar, en todos los niveles de la sociedad, la sostenibilidad de los cambios políticos, económicos, sociales y culturales se garantiza cuando los individuos y las colectividades afectadas se apropian del proceso y de los contenidos comunicacionales y eso es lo que persigue la comunicación para el cambio social.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En tercer lugar, en los niveles locales, la comunicación para el cambio social, horizontal y fortalecedora del sentir comunitario, amplía las voces de los más pobres, y tiene como eje la noción de apropiación del proceso comunicacional. En cuarto lugar, las comunidades (geográficas, étnicas o de interés) deben ser agentes de su propio desarrollo y gestoras de su propia comunicación. En quinto lugar, esta comunicación promueve el diálogo, el debate y la negociación desde el seno de la comunidad.

En sexto lugar, los resultados del proceso de interacción entre la comunicación y el desarrollo deben ir más allá de los comportamientos individuales, y tomar en cuenta las normas sociales, las políticas vigentes, la cultura y el contexto general y específico del desarrollo.

En séptimo lugar, en tanto que diálogo y participación, la comunicación contribuye a fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la palabra y el fortalecimiento comunitario.

Y por último, la comunicación participativa, esencial en los procesos de desarrollo, rechaza el modelo lineal de transmisión de la información desde un centro emisor hacia un individuo receptor, y promueve un proceso cíclico de interacciones desde el conocimiento compartido y desde la acción colectiva.

Desde mi experiencia, lo más relevante de esta noción son dos elementos fundamentales. Una: esta concepción de la comunicación para el cambio social recoge algunos de los postulados de la comunicación popular y de la comunicación en el desarrollo ya estudiados en este capítulo. De la comunicación popular, recoge lo reseñado aquí sobre los “sin voz”, pero que realmente sí la tienen y el tema de la cultura o la identidad popular. Y de la comunicación en el desarrollo, asume el debate sobre la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

autonomía de los pueblos para autodeterminarse y la crítica al modelo lineal de la comunicación, que hace parte del paradigma dominante.

Y dos: en esta concepción se le da mayor relevancia al diálogo, la participación y el proceso comunicativo. Es una comunicación dialógica, pero no en el sentido habermasiano, sino que asume al diálogo como una construcción de la realidad generada por las subjetividades culturales de individuos distintos. De igual forma, la participación es un proceso que se genera en el mismo diálogo o en cualquier tipo de espacio de interacción. La participación es la posibilidad de poner en juego esas visiones sobre el mundo y construir sentidos colectivos entre interlocutores. Así, diálogo y negociación son procesos de implicación entre diferentes sujetos individuales y colectivos en la búsqueda de un cambio social, una transformación generada desde los mismos sujetos y que redundan en la mejoría en las condiciones de vida.

Siguiendo estos postulados, participamos de una experiencia en un sector excluido de las políticas públicas y de la acción estatal, como lo fue Cazuca, al lado de la capital colombiana, y encontramos que los hombres, mujeres, jóvenes, niños y niñas con quienes trabajamos pudieron participar de la construcción de ese territorio, a través del video participativo (Rocha, 2018).

3.4.3.2.4 La Comunicación para el Buen Vivir.

En este siglo tomó mucha fuerza la noción de comunicación para el vivir bien o de la comunicación para el buen vivir. El Vivir Bien se viene convirtiendo en una alternativa al desarrollo. El “vivir bien” en aimara Suma Qamaña, o el “Buen vivir” en quechua Suma Kausay y Aññyn Kaysay, significan, según Contreras (2011), “espléndida existencia”. El Buen Vivir significa entonces una existencia “buena” de vida que proviene de los saberes

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

ancestrales. Es una filosofía de vida que no pretende alcanzar un nivel superior o inferior frente a otros modos de vida, sino que, por el contrario, cada grupo social construye sus modos de vida, a partir de sus cosmovisiones.

Adalid Contreras (2011) nos habla así de esta perspectiva nueva pero a la vez la más ancestral de todas las concepciones estudiadas:

Lo dicho nos anticipa que la *Comunicación para el Vivir Bien*, o Comunicación para el Buen Convivir ligada a la doble construcción de culturas y políticas de Estado, no se puede realizar en tareas de mera difusión, sino en procesos de diálogo, participación, relación y creación colectiva de discursos y prácticas que subvierten la modernidad excluyente para generar sociedades de vida buena. Se requiere por tanto un enfoque que combine visiones, posiciones e intervenciones interculturales, educativas y políticas, cuidando la tentación distorsionadora de apropiaciones memorísticas, retransmisoras, acríticas y fanatizadas de un Buen Vivir que está siendo construido en encuentros de múltiples alteridades, por lo que más que recitarlo doctrinariamente se tendrá que aprender a vivirlo en la intimidad personal y en las relaciones sociales y con la naturaleza (p. 23).

En esta concepción, hay una estrecha relación entre la comunicación intercultural y la decolonialidad del saber y del poder. Según Walsh (2005) la interculturalidad no es simplemente las relaciones entre las culturas, donde hay una dominación explícita o implícita de parte de alguna de ellas, como las eurocéntricas u occidentales, las blancas y la patriarcal. La interculturalidad busca romper con esa colonialidad, cuestionando el poder dominante, reconociendo y fortaleciendo las culturas propias, las identidades y las diferencias coloniales. Así, la comunicación intercultural promueve la transformación de las relaciones, las estructuras, las instituciones y los conocimientos y saberes. Por eso,

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comunicarse interculturalmente es decolonizar el saber y el poder, porque implica la construcción de nuevos modos de poder, saber y de ser en el mundo y con los demás.

La Comunicación para el Buen Vivir se basa en la construcción de esas relaciones de interculturalidad y se fundamenta en cuatro principios del Suma Qamaña, que el filósofo aimara David Choquehuanca (2010) describe en varios de sus textos. Estos principios son: a) saber escuchar; b) saber compartir; c) saber vivir en armonía y complementariedad; y d) saber soñar.

Los cuatro son saberes decoloniales que se incorporan a la comunicación para el Buen Vivir. Por ejemplo, el saber escuchar es la acción de escucha como una acción comunicativa. Aquí hay una fuerte relación con la comunicación horizontal y dialogal de Beltrán porque saber escuchar es una manera de comunicarse entre los sujetos como pares. Sólo que aquí no solo se escucha a los sujetos humanos, sino también a la tierra como un sujeto y los demás seres vivos. Se escuchan las voces de la sociedad y los sonidos de la naturaleza.

Pero el saber escuchar a la vez es una acción política. Lo es porque no se privilegia el capital sino las relaciones con el hombre y la naturaleza, y porque en esta concepción se apropia a la vida como la base de las relaciones sociales y las prácticas de convivencia entre los sujetos y entre estos y su entorno natural.

El segundo saber, el saber compartir, es una postura ante la vida: dejar la competitividad y el individualismo y adentrarse en la solidaridad, y la acción compartida o colectiva. En este segundo saber, la Comunicación para el Buen Vivir retoma de la comunicación popular la esencia liberadora y transformadora. Saber compartir es construir con otros para liberarse y generar transformaciones desde los mismos sectores populares. Es una comunicación que parte de la práctica, la conceptualiza y vuelve a la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

práctica para transformarla. Es decir, se comparte para generar cambios y una vida mejor para todos

El saber compartir es una experiencia de sentir y pensar o de sentipensamientos, como los llamara Orlando Fals Borda (2009). Estamos hechos no solo de razón sino de emociones, pensamos y sentimos al tiempo, no sólo somos seres de razón, somos también seres emotivos. La solidaridad por ejemplo puede provenir de la razón pero a la vez de lo emocional.

El tercer saber el saber vivir en armonía y complementariedad. La base de este saber es la unidad en la diversidad. Es decir, la armonía y la complementariedad se construyen desde lo diverso en la búsqueda de un buen vivir común. No podemos vivir sin los demás o no podemos convivir sin los otros, y esos “otros” son el resto de la sociedad y la naturaleza. Vivimos o convivimos con el planeta y con los seres vivos que se encuentran allí.

Saber vivir en complementariedad es una experiencia de interculturalidad. Las culturas se complementan en el diálogo de saberes, sin que una predomine frente a las demás. Este saber toma de los Estudios Culturales cuando define a la práctica cultural como la suma de las interrelaciones (Richard, 2010).

El último saber es el saber soñar. Saber soñar es continuar con las utopías, como la búsqueda del Vivir Bien y de la democratización de la comunicación. En últimas, saber soñar es poner en juego esos saberes anteriores en la búsqueda de una sociedad más democrática y conviviendo bien entre ellos y con la naturaleza.

En últimas, la Comunicación para el Buen Vivir, en palabras de Contreras (2011), “es una práctica política por su significación histórica, una acción educativa por sus

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

formas de apropiación, y una intervención intercultural por su relevancia estratégica” (p. 52).

La osada propuesta de asociar esta comunicación con la comunicación intercultural, tiene una motivación: la brecha y la consecuente distancia entre el occidente y el resto del mundo. Los estudios poscoloniales y decoloniales en América Latina presentan una posición crítica al respecto y ofrecen una visión que ayuda a situar la comunicación no sólo como campo de saber, sino también como una construcción de sentido que pone en discusión un imaginario- otro de sociedad y una condición distinta de la misma y del conocimiento:

La Comunicación para el Buen Vivir se enmarca en los estudios decoloniales que tiene lugar en América Latina. Ya a partir del siglo XXI autores como Aníbal Quijano (2014), Walter Dignolo (2005), Arturo Escobar (2007) Santiago Castro-Gómez (2008), Boaventura de Sousa Santos (2010), y Enrique Dussel (2006) entre otros, se preocupan por la colonialidad política y económica que implica una colonialidad cultural. Esta concepción de la cultura pasa por el reconocimiento de la historia de nuestros pueblos, y en especial por las transformaciones culturales que se originaron con la colonización.

Como dijimos al principio de este apartado, esta es una concepción que se considera una alternativa al desarrollo o un “postdesarrollo”. Arturo Escobar (2013) identifica algunos criterios del postdesarrollo, como el diseño de políticas que relacionan los intereses y vivencias entre los grupos humanos y entre éstos y la naturaleza. Es decir, un criterio del postdesarrollo es la articulación de cosmovisiones relacionales entre lo humano y lo no humano, y entre el individuo y la comunidad. Otro criterio es el diálogo intercultural alrededor de propuestas y visiones distintas acerca de lo natural-humano. Y un último criterio es la integración regional autónoma basada en criterios ecológicos y de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

desarrollo “autocentrado” – que no está sujeto a parámetros econométricos-, a nivel local, nacional, regional y global.

3.4.3.3. La educomunicación.

Como ya se ha visto en este capítulo, la educación popular ha incidido de manera directa en el campo de la comunicación participativa, ha sido la base epistemológica fundamental de la comunicación popular, especialmente para la tendencia de los “sin voz” pero “con voz” y también de la comunicación horizontal y democrática. Sin embargo, la relación educación y comunicación se ha desarrollado de manera autónoma como comunicación en la educación o comunicación y educación.

Hay varios autores que han desarrollado esta relación comunicación y educación dentro del campo de la comunicación participativa como Daniel Prieto Castillo (2004), Francisco Gutiérrez (1994), Mario Kaplún (2002) y Jorge Huergo (2010) entre otros. Hay que aclarar que la comunicación educación se ha convertido en un campo autónomo dentro del campo de estudios de la comunicación, pero aquí incluimos a esta relación porque consideramos que el estudio de la comunicación en la educación o de la educación en la comunicación ha sido vital para el desarrollo del campo de la comunicación participativa.

El autor más cercano a la educación popular fue Mario Kaplún (2002) quien hablaba así de lo que busca la educomunicación:

Ella (la comunicación social, democrática y eficaz, al igual que la comunicación educativa):

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

1. Ha de estar al servicio de un proceso educativo transformador, en el cual los sujetos destinatarios vayan comprendiendo críticamente su realidad y adquiriendo instrumentos para transformarla.
2. Y ha de ser una auténtica comunicación; es decir, tener como metas el diálogo y la participación. (Kaplún, 2002, p. 61).

Como es notorio, Kaplún hace hincapié en el proceso. La educación popular enfatizó en el proceso de reflexión y acción, a medida que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando y haciendo suyo el conocimiento. Así, lo que un estudiante necesita en un proceso educativo son instrumentos para pensar, complejizar las relaciones y para construirse como un sujeto crítico.

En un proceso el error no se rechaza, se acoge como un aprendizaje. El conflicto no es un error, es una situación que se presenta que debe ser afrontado como una fuerza movilizadora. El conflicto hace parte del proceso, de hecho el conflicto vitaliza el proceso, lo hace más dinámico.

Además, en un proceso educativo es imprescindible la participación. Este es un modelo que precisa de la participación activa de los sujetos para que se presente y se mantenga. Hay dos razones para que este proceso sea participativo: la coherencia y la eficacia. Es necesario que sea participativo porque entonces no habría interlocutores y es con ellos con quienes se construye el proceso. Y siendo participativo también se es eficaz porque la mejor manera de alcanzar el conocimiento es cuestionando, involucrándose, investigando, escuchando y problematizando. En este modelo de educación se exaltan valores como la solidaridad y la cooperación.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La comunicación es entonces también un proceso de aprendizaje en el que existe reflexión y acción, y en el que los interlocutores participan de él escuchando y comunicándose de manera permanente.

Así como Kaplún retoma de la educación popular la noción sobre la educación liberadora, para hablar de comunicación asume los conceptos de los latinoamericanos Antonio Pascuali (1979) y de Luis Ramiro Beltrán (2015). En primer lugar, de Pascuali toma en cuenta el proceso de emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en un ejercicio recíproco, y en segundo lugar, de Beltrán retoma el proceso de interacción social democrática, basado en el diálogo y la participación.

Kaplún también asume un concepto foráneo como es el de emirec, de Jean Cloutier (Aparici y García-Marín, 2018). Según Cloutier, todo ser humano es alternativamente emisor y receptor porque está dotado para ello. Este concepto le ayuda a Kaplún a argumentar que ya no se debería hablar más de emisores y de receptores, sino de interlocutores.

Hoy el conocimiento se ve con al menos cuatro características: la primera es como posibilidad de expresión del disenso. Es decir el conocimiento no es traído como sermón sino que se construye en el reconocimiento del otro y con el otro. Segundo, el conocimiento como incertidumbre, como la necesidad de preguntarse y problematizarse y no tanto de responderse. No es conocimiento-verdad, sino conocimiento-problema. Tercero, como productor de categorías sociales, ya no como reproductor de ellas, sino el conocimiento producido para el desarrollo personal, social, cognitivo y de convivencia. Y cuarto, como posibilidad de autonomía, como la posibilidad de auto-reconocimiento y de ser validado socialmente.

El conocimiento vendría a relacionarse directamente con la comunicación porque la comunicación buscaría construir y circular sentidos entre diversos actores sociales en

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

un contexto determinado. La comunicación entonces es un proceso, no es una acción, sino un conjunto de acciones en las que se ven comprometidos varios individuos, que se relacionan entre sí y continuamente producen modificaciones producto de sus interacciones. El conocimiento y la comunicación son, en este nuevo milenio, dinámicas y construcciones cercanas.

La educomunicación es entonces varias cosas: a) educar para la comunicación; b) comunicar en la educación; c) la construcción del sujeto desde los procesos de aprendizaje e interaprendizaje; d) la comprensión de los medios y del poder; y e) es un proceso de interlocución e interacción social democrática. (Aparici, 2010).

Otros autores que han trabajado incesantemente el tema de la interlocución y de los aprendizajes son Daniel Prieto Castillo y Francisco Gutiérrez con su propuesta de la mediación pedagógica (Prieto y Gutiérrez, 1994).

Daniel Prieto Castillo (1995) se refería a la mediación pedagógica de la siguiente manera: “La promoción del aprendizaje en el horizonte de una educación concebida como participación, creatividad, expresividad y relacionalidad” (p.40). La participación es fundamental en el proceso de aprendizaje para que el aprendizaje se convierta en un interaprendizaje. La creatividad es la capacidad de descubrir, redescubrir, inventar y reinventar el mundo. La expresividad es la capacidad de dar a conocer de manera “bella y comprensible” a los interlocutores lo que tiene que contar. Y la relacionalidad es la posibilidad de relacionar los aprendizajes de unos con los de los otros.

Pero, ¿qué se media pedagógicamente? Lo que se media es el discurso y las prácticas pedagógicas. Estas mediaciones se ponen en práctica en otras mediaciones. La primera mediación tiene que ver con la información. En épocas anteriores la información era vital, y era válido transmitirla como base del proceso pedagógico. Hoy la esencia del trabajo pedagógico no es la información como transmisión de conocimiento, sino como construcción de realidades a partir de las relaciones entre los actores escolares entre sí y

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

entre la escuela y el entorno y la interpretación y la producción permanente de conocimiento.

Otra mediación es la propia dinámica interactiva entre los miembros de la comunidad educativa. Se habla de interacciones entre los docentes, entre los estudiantes y entre los docentes y los padres. Aún no se ha aprendido a considerar al otro como interlocutor. No somos interlocutores entre nosotros mismos. Es decir, no se legitima al otro, no se le considera apto para con nosotros construir un proyecto colectivo. La comunicación educativa tendría como uno de sus objetivos que se constituya en un proyecto pedagógico que promueva y genere aprendizajes colectivos. Es necesario considerar a un estudiante, o a cualquier miembro de la comunidad educativa, como un ser humano con capacidad de aprendizaje y por tanto, como copartícipe de la construcción de una nueva realidad. Y si lo hacemos debemos integrarlo con sus intereses y no sin ellos.

Se ve entonces a la comunicación como la posibilitadora de interacciones entre los educadores y sus educandos de una manera diferente, una en la cual interaprendan, como diría Daniel Prieto (2004), o si se quiere aprenden de una manera colectiva y social.

La interlocución es un proceso eminentemente intersubjetivo porque es una operación en la que un actor social pasa a convertirse en sujeto colectivo en un proceso en el cual el actor se identifica con el otro y se constituye su identidad, su papel y su relación con los demás. Pero, además de convertir al otro en interlocutor es un proceso en el cual, al construir la primera persona del plural, nosotros, se reúnen varias subjetividades que se encuentran en una percepción o acción común.

Por tanto, la interlocución es el resultado de legitimar al otro. Se legitima en la medida en que se reconoce al otro como parte de la acción colectiva y como copartícipe

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de la construcción de una realidad y del conocimiento. Estamos aquí frente a un valor social fundamental: la convivencia pacífica.

En dos experiencias con radio escolar (2008) (2015) encontramos que a través de este medio los actores escolares pueden gestionar sus conflictos, convirtiéndose en interlocutores entre sí, legitimando conjuntamente su cosmovisión y su expresividad, e interaprendiendo a convivir entre distintos. La radio escolar se convirtió en un escenario de encuentro del disenso, en un espacio para la constitución de ciudadanías activas, en un proyecto pedagógico, y como un escenario para la participación y para la transformación.

3.4 Lo que queda

A partir de la presentación de las culturas epistemológicas dentro del campo de la comunicación participativa quedan varias reflexiones, como son:

En primer lugar, el campo de la comunicación participativa ha bebido de los conflictos sociales latinoamericanos y mundiales. En algunas ocasiones esta comunicación se ha convertido en parte del conflicto -como espacios de oposición y confrontación-, como escenario para la gestión de los mismos –ejerciendo el poder del diálogo y la deliberación-, o como “territorio” de creación de conflictos –potenciando la visibilización y la comprensión compleja de los mismos-.

Esta comunicación se ha convertido en un recurso disponible para el conflicto y su dinámica. No hablamos aquí de un “recurso” en el sentido utilitario o instrumental, sino más bien, como parte del repertorio estratégico contrahegemónico que muchos grupos sociales y movimientos de diferente índole implementan para las luchas sociales por la equidad y la democracia.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En segundo lugar, no cabe duda que esta comunicación no puede dejar de lado el debate académico de las ciencias sociales, porque de hecho es su alimento, pero también es cierto que a lo largo de la historia esta concepción de la comunicación se ha ido nutriendo de las dinámicas sociales. Es decir, es un campo donde su epistemología parte de las prácticas sociales y comunicativas en diálogo de saberes con los debates de las ciencias sociales de cada momento histórico (Véase Figura 2).

Lo anterior implica que no hay una monocultura del saber en este campo de la comunicación sino una ecología de saberes, como lo llama Boaventura de Sousa Santos (2009). Hay un diálogo permanente entre las prácticas comunicativas participativas y transformativas y el conocimiento académico. En este caso, se legitiman los saberes surgidos en las prácticas comunicativas a través de la construcción de conceptos o categorías nuevos, se adoptan algunos que ya existen o se hace una construcción tomando de los saberes de la práctica y del conocimiento científico.

Así pues, la comunicación como campo de saber, de saberes, en el siglo XXI, podría sugerir confluencia de sentidos y no sólo construcción de sentido o *amalgama de sentido* -como diría De Sousa- que además produciría ruido; sino constelaciones de prácticas locales articuladas con prácticas planetarias; propuestas individuales asociadas a movimientos sociales; *interacciones e intertextualidades organizadas en torno de proyectos locales de conocimiento indivisible*.

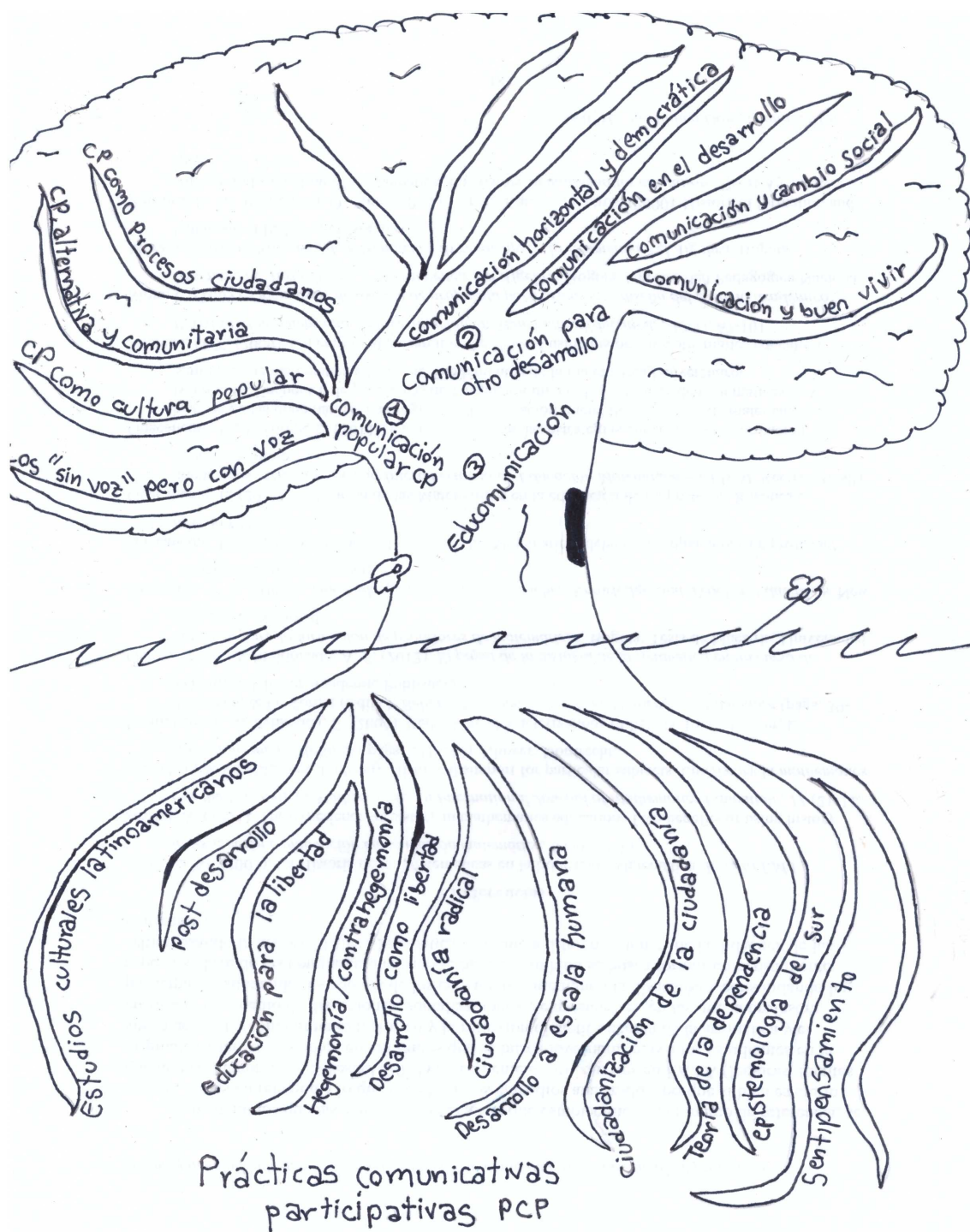
En tercer lugar, este recorrido por los conceptos surgidos en la historia del campo de la comunicación participativa no ha ido por un solo camino sino por varias vías que en algún momento se encuentran (Véase Figura 2). Las tendencias teóricas y conceptuales que le han dado notoriedad e identidad a esta forma de hacer comunicación, como la comunicación popular, la comunicación para “otro” desarrollo y la comunicación y la educación, han tenido sus propias rutas pero no son exclusivas. Por ejemplo, algunas

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

tendencias han surgido del punto – de las mismas prácticas comunicativas o de los mismos preceptos como la educación popular, la teoría de la dependencia o la crítica al desarrollismo modernizador- o el camino de una tendencia le ha servido a la otra, como el aporte de la comunicación popular a la comunicación para el buen vivir, de la comunicación popular y de la comunicación horizontal y democrática a la comunicación para el cambio social, y de la comunicación popular y de la comunicación para “otro desarrollo” para la comunicación y la educación.

Figura 2*EL ÁRBOL EPISTEMOLÓGICO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA*

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA



Fuente: Elaboración propia

Lo cierto es que estas vías conceptuales tienen en común varias cosas: a) el reconocimiento del sujeto – popular, del desarrollo, del proceso educativo y comunicativo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

– como el eje de la práctica comunicativa y como un agente histórico capaz de transformar su realidad local, regional, nacional y global; b) la promoción de la participación comunicativa como un mecanismo fundamental para la construcción de un presente y un futuro digno para todos; y c) la búsqueda de “lo común” o de la construcción de un “nosotros” desde los procesos comunicativos participativos y transformativos.

En cuarto lugar, esta “arqueología del saber” en este campo demuestra que hay discontinuidades que son propias de los campos de conocimiento. Por ejemplo, las diferentes nociones dentro de la comunicación popular – como los “sin voz” pero “con voz”, la comunicación como culturas populares y la relación con los movimientos sociales – reflejan distancias o alejamientos conceptuales y políticas, aun cuando se percibe una línea común, como lo anotado anteriormente. Esas discontinuidades no implican rupturas dentro de este campo, sino que por el contrario, evidencian un gran dinamismo conceptual.

En quinto lugar, si los campos son asumidos como espacios en los que se lucha por el poder académico y político, pues lo que muestra este recorrido es una gran apuesta por una comunicación surgida desde los sectores marginados para hacerle contrapeso a los poderes hegemónicos, para aprender colectivamente, para con ellos construir una vida mejor, para hacer visible sus expectativas, intereses, problemáticas y saberes, y para ser reconocidos como sujetos de cambio. Es decir, epistemológicamente hay una lucha de poderes que se ha manifestado a través de la investigación y de la docencia, pero en general la gran lucha es para posicionar esta postura en el debate del gran campo de la comunicación y el de las ciencias sociales.

Capítulo 4

La investigación en el campo de la comunicación participativa.

La construcción del objeto de estudio

En general hay un interés muy grande en los estudios sobre la investigación sobre el conocimiento producido o sobre las relaciones entre el investigador y el conocimiento. En el presente capítulo nos apartamos un poco de ellos para centrarnos en cómo se construye el objeto de estudio en el campo de la comunicación participativa en América Latina.

Un objeto de estudio es diferente a un objeto real, pero, por supuesto, uno depende del otro. Los objetos de estudio son construcciones subjetivas e intersubjetivas que hacen los investigadores para abordar un campo de conocimiento.

En este capítulo se analizarán los hábitos investigativos de investigadores del campo de la comunicación participativa, identificando los intereses en juego, las temáticas trabajadas por ellos, las metodologías utilizadas, las razones para construir esos objetos de estudio, los conceptos y las teorías que hacen parte de la estructura del campo de investigación, los capitales científicos tomados en cuenta, y las presiones y tensiones que afrontan los investigadores en este momento histórico.

Así, la investigación se asume aquí como un campo de lucha en el que hay conceptos, teorías, metodologías y una cantidad de estrategias para jugar en el tablero del conocimiento. Y a la vez, la investigación es un proceso de construcción de objetos de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

estudio, para lo cual los investigadores echan mano de lo establecido y también buscan generar autonomía investigativa.

4.1 El campo científico y la reflexividad epistemológica

Si se hace referencia de forma más concreta al campo académico o científico, éste también se constituye, siguiendo a Bourdieu, en un espacio social estructurado en el cual intervienen diversos agentes que portan un saber-conocimiento-poder sobre los objetos de estudio propios de cada ciencia o disciplina.

Bourdieu (2001) definía así el campo científico:

El campo científico puede ser descrito como un conjunto de campos locales (disciplinas) que comparten unos intereses (por ejemplo, un interés de racionalidad que se enfrenta al irracionalismo, la anticiencia, etcétera) y unos principios mínimos. Entre los *principios unificadores* de la ciencia creo que hay que conceder un espacio muy amplio a lo que Therry Shinn (2000) denomina los «instrumentos troncales» (ultracentrifugadora, espectroscopia mediante transformadas de Fourier, láser, contador de destellos), «instrumentos genéricos;" "cosas epistémicas» (*epistémie things*) que constituyen «una forma coagulada de conocimiento teórico» (Shinn, 2000), en la que es preciso englobar también todas las formas racionalizadas, formalizadas y estandarizadas de pensamiento, como las matemáticas, susceptibles de funcionar como instrumento de descubrimiento, y las reglas del método experimental (pp. 117-118).

Todo campo científico posee unas concepciones o teorías, unas reglas, unas metodologías, unos saberes, unas lógicas de pensamiento y de acción. Los investigadores asumen algunos de los procedimientos, técnicas, herramientas o enfoques

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

investigativos para sus indagaciones, y así concebir nuevos conceptos o nuevas interpretaciones.

En el análisis que hemos hecho no hemos encontrado una reflexión sobre la práctica investigativa en este campo en América Latina. Como vimos en el segundo capítulo, hay una buena cantidad de trabajos sobre la investigación en comunicación, pero no tanto en este campo, y menos desde la reflexividad epistemológica. La epistemología es el proceso de construcción del conocimiento y esa construcción es una práctica, o como lo llama Bourdieu, un habitus investigativo. Lo que pretendemos hacer en este capítulo es una reflexión epistemológica sobre la práctica investigativa.

La reflexividad para este autor es una especie de vigilancia epistemológica sobre el propio quehacer de la ciencia. Esa vigilancia implica estar pendientes de las disposiciones externas que afecten el campo, de los condicionamientos institucionales y sociales que impacten este campo, y de las estrategias de dominación de los sistemas educativos y científicos.

La reflexividad debe hacer parte del habitus investigativo o científico. La propuesta de Bourdieu es incorporar a la reflexividad como elemento constitutivo de la investigación social en la misma práctica científica, especialmente para que, por ejemplo, los datos no valgan por sí mismos, sino que se haga sobre ellos un análisis crítico.

Este autor habla de una reflexividad reformista. Es una reflexividad práctica que se sustenta en la crítica reflexiva que produzca mayor libertad a los investigadores y a las ciencias sociales para hacerle frente a las presiones institucionales y a las necesidades sociales. Es decir, a mayor reflexividad crítica mayor autonomía.

La práctica de investigación es una práctica epistémica, que está regida por las condiciones de producción. Incluso Bourdieu dice que esa práctica reproduce el sistema

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

dominante. Pero esta práctica investigativa, a la vez, también tiene autonomía, o sea aquí también hay producción. Es decir, en la práctica investigativa hay de continuidad y de novedad.

María Inmacolata Vasallo de Lopes (2012) sostiene que hay dos elementos fundamentales de la reflexividad académica: la ruptura epistemológica y la construcción del objeto de estudio. La ruptura epistemológica es la distancia entre el objeto real y el objeto científico. Eso no quiere decir que el objeto científico no tiene nada que ver con el real, sino que el real no es necesariamente el científico. El objeto científico se construye con categorías, interpretaciones, teorías y proviene de un objeto real. El objeto científico se encuentra en un plano conceptual.

La otra reflexividad va de la mano de la primera, es la construcción del objeto de estudio. El objeto no es dado sino que se construye. Esa construcción es una objetivación que se desarrolla auscultando – recolectando datos - y teorizando. La objetivación es “pensamiento autorreferencial que hace explícito lo que las teorías, los métodos y las técnicas utilizadas en la investigación conquistan, construyen y constatan respecto del objeto de estudio” (Vasallo de Lopes, 2012, pp. 17-18). Es un proceso de objetivación del objeto. Se objetiva analizando el objeto, construyéndolo a partir de conceptos, de métodos y demás.

En este capítulo se pretende comprender cómo los investigadores de este campo construyen los objetos de estudio, entendiendo que esa construcción es profundamente subjetiva e intersubjetiva, porque responde a las relaciones con los actores sociales, con el contexto, con el involucramiento en un campo, con la adhesión a procedimientos, estructuras de conocimiento y metodologías, y con los intereses en juego, individuales y colectivos.

4.2 La metodología utilizada

Esta reflexividad epistemológica sobre la construcción del objeto de estudio se basó en un estudio cuali-cuantitativo.

En lo cualitativo se realizaron 33 entrevistas estructuradas a investigadores latinoamericanos que presentaron ponencias de investigaciones en los Congresos de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC. Los investigadores entrevistados son de origen de alguno de los países latinoamericanos, a excepción de uno, y han presentado al menos un estudio en los congresos de ALAIC de 2014, 2016 y 2018 (Véase Anexo 1).

En lo cuantitativo se hicieron análisis de contenido de 120 ponencias presentadas en estos mismos cuatro congresos de ALAIC. En cada uno de los congresos de 2014, 2016 y 2018 fueron analizados las primeras 20 ponencias de los Grupos Temático de Comunicación para el Cambio Social y del Grupo de Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana. En síntesis fueron analizadas 60 ponencias presentadas del Grupo de Comunicación para el Cambio Social y 60 del Grupo de Comunicación Popular y Comunitaria (Véase Anexo 3).

No se tomaron en cuenta los estudios presentados en otros Grupos Temáticos, como el de Comunicación Intercultural y Folkcomunicación o el de Comunicación, Tecnología y Desarrollo porque no siempre las investigaciones que se dan a conocer en ellos corresponden a este campo.

4.3 La construcción del objeto de estudio

4.3.1 *El interés y el capital cultural en juego*

Primero hay que comprender cuál es el interés de los investigadores latinoamericanos por vincularse a la investigación en este campo. Es decir, es prioritario comprender qué motiva a un investigador a adentrarse en un campo de investigación como éste

Por eso se le preguntó a los investigadores latinoamericanos entrevistados, ¿cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?

Jurgen Habermas (1982) considera que todo conocimiento está determinado por un interés concreto, y no es necesariamente la búsqueda de la verdad – y menos en las ciencias sociales –, sino por las trayectorias vitales de los investigadores y/o de los grupos de investigación de los que hacen parte.

Según Habermas son tres los intereses por el conocimiento: instrumentales, prácticos y emancipatorios, que corresponden a tres tipos de ciencias: empírico analíticas, histórico hermenéuticas y por último, las ciencias críticas, socio – críticas o crítico sociales respectivamente.

Cuando Habermas habla de las ciencias empírico-analíticas se involucra en lo que él llama “el interés técnico”. Se llaman así porque “lo empírico” es lo observable, y lo “analítico” es el sentido que se le da a lo observado. Aquí lo importante es la predicción y el control de los sucesos por parte de los investigadores.

El objetivo principal, dice Santos Ochoa Torres, de este interés “técnico” es “mostrar las condiciones de posibilidad del conocimiento objetivamente válido de un

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

enunciado científico referido a la naturaleza” (Ochoa, 2011). Sin embargo, es bastante difícil controlar una catástrofe como un terremoto.

En estas ciencias, la realidad es objetiva. Eso quiere decir que esa realidad se debe poder comprobar. Normalmente esta comprobación se hace explicando las razones internas y externas de un fenómeno. Y la comprobación parte de un conocimiento predictivo. Por eso en estas “ciencias” se habla claramente de “objeto de estudio”. Los “objetos” son cosas, situaciones o sujetos que va a ser estudiados. Estos elementos son objetivados en esta perspectiva empírico-analítica.

Por lo observado en las respuestas a esta pregunta, sólo hay un investigador de los 35 entrevistados que considera que la razón por la cual investiga en este campo proviene de un interés “instrumental” o “técnico”. Este investigador sostiene que hace investigación en este campo “para conocer la efectividad de esta comunicación frente a los públicos a los que se destina” (entrevista 11). Es decir, investiga en este campo para comprobar o no la viabilidad de estos procesos comunicativos participativos. Esa es una comprobación empírica que iría en contra de la misma naturaleza de este campo.

Esta visión va a contravía de las respuestas mayoritarias de los investigadores que presentaremos más adelante.

El segundo interés del que habla Habermas es el interés práctico como un interés cognoscitivo, que corresponde a unas ciencias histórico-hermenéuticas. Estas “ciencias” se concentran mucho en el lenguaje y en la intersubjetividad. Con lo anterior, estamos diciendo que este autor asume que estas “ciencias” son subjetivas, o mejor, intersubjetivas. Es decir, son “ciencias” que se preocupan por las interacciones humanas, por los cambios socioculturales, por las acciones comunicativas y por lo simbólico, Todos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

estos hechos o sucesos son subjetivos porque los seres humanos lo son y porque en las relaciones se generan intersubjetividades.

Habermas asume a estas ciencias histórico-hermenéuticas, como aquellas que se ocupan de la praxis social y de las personas dentro de esa praxis y de la historia. Se llaman de esa manera porque “lo histórico” es la reconstrucción del pasado, pero también lo que queda para el presente y el futuro; y “lo hermenéutico” es la interpretación, es la comprensión del mundo de la vida, de los procesos sociales, de lo social.

No son muchos los investigadores de este campo que poseen este interés práctico, pero sí los hay, son cinco en total. La investigadora colombiana Yusly Pérez Llerena, por ejemplo, está interesada en “enriquecer el campo y posicionarlo académicamente”, Paulo Paz, también colombiano, sostiene que lo hace por “profundizar en esta temática ya que no es muy abordada en algunos contextos”, y el profesor mexicano José Cisneros dice que “Después de años de revisar las teorías funcionalistas de la comunicación que proceden de Estados Unidos, y concluir que son variaciones de un mismo modelo unidireccional, decidí buscar otros enfoques en la teoría y en la práctica”.

Estas respuestas muestran un interés de conocimiento. La primera y la segunda respuesta denotan que la investigación en este campo no es mayoritaria, y por el contrario, existe una perspectiva investigativa dominante en los estudios sobre la comunicación y su trabajo se presenta como una resistencia a esa dominación. Es una estrategia de resistencia académica. La tercera respuesta referida deja ver que las perspectivas funcionalistas, que en general son muy trabajadas en el campo académico de la comunicación desde hace mucho tiempo, no son pertinentes para el contexto latinoamericano y en cambio este campo sí lo es, porque también está basado en la praxis.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Por último, Habermas llama al interés emancipatorio como “ciencias críticas”. Es decir, este autor afirma que estas ciencias contribuyen a la conciencia crítica, la autoreflexión y la autoformación del sujeto para transformar las condiciones de vida. En estas “ciencias” el objeto de investigación ya no existe. Lo que hay son sujetos que no se estudian, sino sujetos que investigan su realidad para criticarla y buscar alternativas de transformación.

En general es común que quienes se encuentran en una de estas “ciencias” piensen que quienes están en las otras, no hacen ciencia. Lo cierto es que los científicos que se ubican en las “ciencias empírico-analíticas” consideran que las “hermenéuticas” no son científicas porque no son objetivas. Quienes se ubican en las “ciencias hermenéuticas” y “críticas” piensan que no todo es posible objetivarlo, y menos las relaciones sociales. Éstos aseguran con mucho de razón que los seres humanos pueden ser investigados pero no de manera objetiva porque en sí mismos, el ser humano es ser subjetivo.

El tercer grupo de “ciencias” son las “ciencias socio-críticas o críticas”. Muchos incluso creen que éstas no son ciencias porque hay de por medio posiciones ideológicas, y eso le quita científicidad. Pero también no han sido del todo asumidas por lo dispendioso que son y por el compromiso que conllevan. Hacer investigación socio-crítica es trabajar con otros para la emancipación, y esa no es una tarea fácil.

La gran mayoría de las repuestas acerca de las razones que esbozan los investigadores para desarrollar estudios en este campo se ubican en este interés “emancipatorio”. Hay quienes lo hacen desde la construcción de su capital cultural como académicos y otros muchos desde su condición de “anfibiaos culturales”. Estos personajes son también académicos, pero han sido o siguen siendo también activistas sociales y políticos.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Hay muchos de los investigadores latinoamericanos que se identifican como “anfibiaos culturales” y esa es la justificación mayor para vincularse y permanecer en la investigación en este campo.

Por ejemplo, Ismar Costa, dice:

Yo he participado desde mi juventud de movimientos populares, como pastoral de jóvenes y radios comunitarias. Mi investigación de maestría fue sobre la Radio Favela de Belo Horizonte (BR) y de doctorado sobre las radios zapatistas de Chiapas. La participación es fundamental para la organización y transformación sociales.

Y así muchos otros, como Nibea Canalli, afirma:

Mi historia es de participación en movimientos sociales en Brasil desde que era adolescente. Era una forma natural de querer entender cómo se lleva a cabo la comunicación en campos como las comunidades subordinadas, los centros populares y el movimiento social.

La historia de Martha Romero-Moreno, de Colombia, es muy similar:

Pasé del activismo social a la investigación académica y considero que el conocimiento desde dentro de los procesos fue lo que motivó inicialmente la investigación. Posteriormente, el hecho de encontrar tanto saber instaurado en las comunidades y en el hecho de aprender del otro.

La investigadora brasileña Lylian Rodrigues, también de Brasil, posee una experiencia muy similar:

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Soy activista en varios movimientos sociales y políticos, concentrando mayores esfuerzos en actividades con mujeres, negros, LGBT entre varios otros grupos, FACADE, Asociación de la Comunidad (CASP), Periferia (Ponte do Axé), etc.

Como se nota, la trayectoria de vida como “anfibio cultural” no sólo es un capital cultural sino un capital simbólico. Si el anfibio es el animal que puede vivir tanto en el agua como fuera de ella, un investigador “anfibio” de la comunicación participativa es aquel que actúa o desarrolla su praxis tanto en el mundo social, como activista político, como en el mundo académico, como docente e investigador.

Bourdieu (2011) sostiene que este es un tipo de capital cultural que existe bajo la forma del estado incorporado. “La mayor parte de las propiedades del capital cultural, decía Bourdieu, puede deducirse del hecho de que en su estado fundamental se encuentra ligado al cuerpo y supone la incorporación” (p. 215). Es un capital que se adquiere con el tiempo y con el esfuerzo del sujeto. El ser “anfibio cultural” es una propiedad del sujeto investigador que se vuelve cuerpo y termina siendo una distinción del hábitus de los científicos de este campo. Al tiempo, este capital se puede constituir en una estrategia de ingreso al campo de la investigación en esta perspectiva de la comunicación.

Este interés “emancipatorio” se nota en muchas de las respuestas de los entrevistados cuando hablan de “la transformación social” o la “participación de las comunidades”.

El maestro Washington Uranga dice:

1. Académicas: es un campo de interés poco explorado. 2. Políticas: constituye un espacio importante para la construcción político social. 3. Culturales: analizar el

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

aporte de la comunicación al cambio cultural y los mecanismos sobre los que opera.

En esa misma línea, Mónica Marión señala:

Hay dos razones, una que tiene que ver con mi formación, estudié comunicación social con énfasis en comunicación comunitaria en la Universidad del Valle y la segunda es de orden político, considero que a este país requiere de procesos participativos dada su diversidad y su complejidad. La investigación tradicional, clásica no le apuesta a la transformación ni al cambio social, genera conceptos, conocimiento que no siempre aporta a las comunidades ni a los grupos humanos.

Y la investigadora brasileña Karina Woitowicz, indica:

Creo que la comunicación comunitaria (o participativa) representa una herramienta importante para transformar la realidad de diferentes grupos y movimientos sociales. Y, debido a la riqueza de las experiencias latinoamericanas, me he dedicado a comprender los fenómenos recientes acerca del uso de los medios digitales alternativos.

Estas respuestas mayoritarias ponen en evidencia la apuesta ideológica y académica de los investigadores de este campo: acompañar, aprender y comprender las prácticas de comunicación participativa para contribuir a la transformación que se persiga o para hacer visibles los cambios sociales generados por los mismos sujetos comunicativos.

4.3.2 Las temáticas sobre las que se investiga

Estos intereses emancipatorios en su mayoría y estos capitales culturales se ponen en juego en unas temáticas muy particulares de este campo de la comunicación

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

participativa. Por eso en este ítem presentaremos el análisis de análisis de las 120 ponencias presentadas en los Congresos de Alaic de 2014, 2016 y 2018, para comprender cuáles son las temáticas sobre las que se investiga.

La temática más trabajada son las experiencias de radio comunitaria y participativa en todo el continente (Véase la Figura 3). La radio comunitaria y/o participativa se estudia como un espacio para el diálogo y el encuentro con el otro. Por ejemplo, hay una investigación sobre la interacción de los internos en una cárcel a través de los mensajes emitidos por la emisora de un penal en Brasil. Este es un diálogo interpersonal a través de las ondas sonoras. Pero también hay otro tipo de diálogos. Hay un estudio sobre la radio Non Joi (nuestra voz), emitido por altoparlantes, dentro de la comunidad indígena urbana de Shipibos Conibos de Cantagallo en el distrito del Rímac, en Lima (Perú), que trata de identificar el diálogo de esta comunidad indígena con la ciudad.

Los estudios sobre las radios comunitarias también se han concentrado en la comprensión de su relación con los movimientos sociales. Por ejemplo, la relación de las radios rebeldes zapatistas con el mismo movimiento zapatista en México o el movimiento de las radios comunitarias en Brasil y en Guatemala. La radio comunitaria se estudia como una caja de resonancia de los movimientos sociales o como un movimiento en sí mismo.

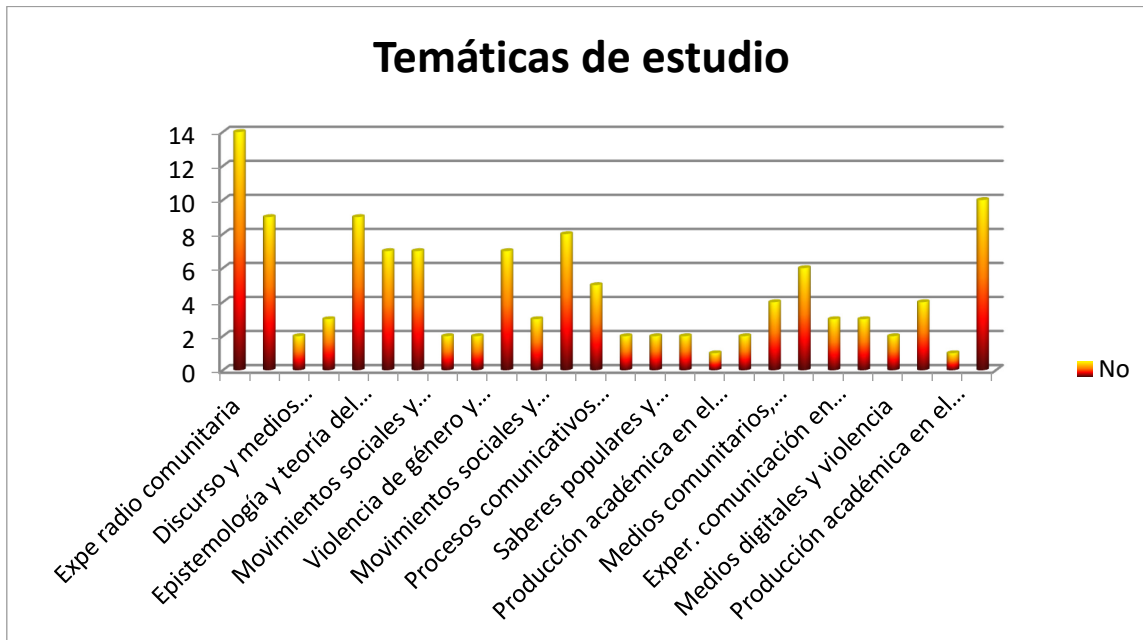
Así mismo, se estudia a la radio participativa y comunitaria como una experiencia de contrehegemonía y de transformación social o de construcción del tejido social. Ese es el caso de la experiencia de la Radio Alternativa 100% Mandacaru o de la emisora Onda Color, en Málaga (España). En cuanto a la construcción de comunidad, vale la pena resaltar el análisis de la radio comunitaria de Sepahua (en el Perú), como espacio de encuentro, diálogo y acción colectiva, al igual que el estudio de caso sobre la radio campesina del asentamiento Palmares de Crateus, en Brasil.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Los estudios sobre los procesos comunicativos en las radios comunitarias y participativas han sido permanentes, puesto que prácticamente en todos los congresos de ALAIC se han presentado trabajos indagando por esta temática (Véase Figura 3). Es de mucho más interés para los investigadores de la comunicación popular (CCP) que de la comunicación para el cambio social (CCS) a lo mejor por el apellido de muchas de estas experiencias radiofónicas, llamadas comunitarias o populares. Resulta muy relevante que el estudio de las emisoras comunitarias continúe siendo vigente, teniendo en cuenta el avance de las tecnologías de la información en todos los ámbitos, incluido en éste. Muchas de estas emisoras comunitarias y participativas ya cuentan con un sitio web y la relación con el mundo digital es cercana.

Figura 3

TEMÁTICAS ESTUDIADAS POR LOS INVESTIGADORES



Fuente: Elaboración propia

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La segunda temática más trabajada son los derechos culturales y humanos en los medios. Como se nota en la Figura 4 es una temática recurrente en la investigación tanto en el grupo de Comunicación para el Cambio Social (CCS) como en el grupo de Comunicación Comunitaria y Popular (CCP). Es un asunto que interesa a los investigadores por la vulneración de los derechos, en especial del derecho a la vida, a la dignidad y a su identidad cultural.

Hay dos temas claves en esta temática: los derechos humanos y los derechos culturales. En cuanto a los derechos humanos, hay que resaltar los estudios sobre la formación en esta temática, tanto en universidades, como la de Quilmes, en Argentina, como la Cátedra para la Paz, que se imparte en la educación básica y media en Colombia; y cómo se incluye el tema de los derechos humanos en los medios universitarios o cómo hablan los medios de la desaparición de los 43 estudiantes en México.

Y en lo que tiene que ver con los derechos culturales, resalta una indagación sobre cómo los medios tratan los derechos culturales de los habitantes de la frontera entre Brasil y Paraguay. Estos derechos tienen que ver con el derecho a la identidad cultural, a un lenguaje y a una cosmovisión particular.

La tercera temática estudiada es la epistemología y la teoría en el campo. Este es un aspecto de enorme importancia porque apenas el 7,5 por ciento de las ponencias presentadas en los congresos puso la mira en la construcción de conocimiento. En este estudio se ve que buena parte de los trabajos presentados pretenden comprender una experiencia o una práctica comunicativa concreta y no tanto hacer análisis del desarrollo conceptual y metodológico del conocimiento en el campo. Son pocos los trabajos presentados sobre esta temática en estos congresos analizados, pero siempre hay al menos uno (Véase Figura 3).

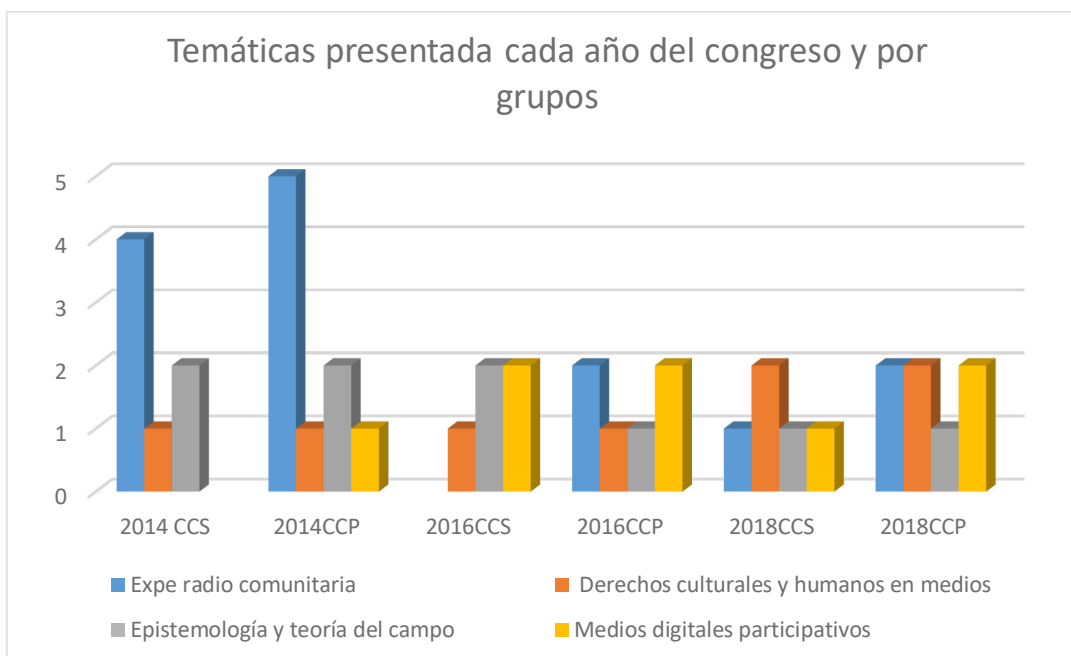
SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Hay dos grandes áreas de estudio dentro de esta temática. La primera es la comprensión de los elementos conceptuales fundamentales para definir la radio comunitaria y alternativa, y las concepciones y las estrategias fundamentales para la comunicación para el cambio social y para la comunicación ciudadana.

Y la segunda área tiene que ver con la investigación y la formación en este campo. Alejandro Barranquero, por ejemplo, hace un análisis de los objetos de estudio de este campo, a partir de un análisis bibliométrico sobre los artículos publicados por los investigadores en algunas revistas indexadas (muy diferente a lo que aquí se presenta). Y un grupo de investigadores, entre los que me encuentro, realizó un análisis sobre las epistemologías de los posgrados en comunicación y desarrollo en el mundo.

Figura 4

TEMÁTICAS POR CONGRESO



SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La cuarta temática más trabajada es la de los medios digitales participativos (Véase Figura 3). Hay interés de los investigadores en dos tipos de medios digitales: los medios alternativos y los medios institucionales. Todos estos medios son analizados desde los procesos participativos que promueven o que se dan como parte de su dinámica.

En cuanto a los medios alternativos digitales, se analizaron varias prácticas comunicativas, como las editoriales de la revista *Afirmativa* y el portal de Noticias Alma Preta, en Brasil, las redes de comunicación comunitaria, alternativa y ciudadana en España, y la revista *Ocas de Brasil* como espacio de construcción de ciudadanía, y la experiencia de la radio *Nahndia* de Nashinandá como escenario de una sociedad del conocimiento participativo.

Pero también se encuentran investigaciones sobre estrategias institucionales en la web para desarrollar campañas o para el diálogo entre la sociedad civil y los gobiernos. En el primer ítem, el de las campañas, vale la pena rescatar el análisis sobre la comunicación pública acerca de los residuos sólidos, a través de la Plataforma Basura Cero, en Brasil. En el segundo ítem, en general se sabe que el diálogo entre las instituciones y los ciudadanos ha tenido muchos problemas, y por eso se desarrolló un estudio sobre los centros vecinales en la ciudad de Jesús María, en Argentina.

Otros temas importantes que se destacan son los de los movimientos sociales y las tecnologías digitales – y más concretamente, cómo estos grupos se valen de plataformas y sitios web para la organización y dinamización social -, los estudios sobre el periodismo contrahegemónico y/o comunitario que se desarrolla en medios alternativos o en medios comunitarios, el arte participativo – como la canción popular, las pintadas, el teatro, la música orquestal, los carteles y el audiovisual – como espacio de construcción de tejido social, los diseños metodológicos y las estrategias participativas, en el cual se

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

analizaron estrategias, métodos, e impactos de procesos comunicativos participativos con diferentes comunidades y las prácticas comunicativas de las mujeres como sujetos de derecho.

Como se nota en la Figura 3 y en lo dicho anteriormente, no hay una temática que sobresalga por encima de las demás. Lo que es notorio es cómo los estudios en este campo se están dirigiendo a analizar la participación desde y con las tecnologías digitales. Esta constatación contrasta con lo expresado por Thomas Tufte sobre la necesidad de trabajar en estos temas (Tufte, 2012).

Así mismo, tal como vimos en el segundo capítulo, el tema de la radio comunitaria y participativa sigue siendo objeto de estudio de los investigadores latinoamericanos adscritos a este campo. El estudio de la radio comunitaria no es sobre el medio sino sobre las dinámicas culturales, políticas y de poder, ambientales y territoriales en las que la radio comunitaria juega un papel sobresaliente.

También es notorio cómo el tema teórico sobre esta comunicación empieza a ser importante para los estudiosos de este campo, pero aún faltan más estudios de este tipo que propicien un avance en los presupuestos conceptuales o que originen nuevos conflictos epistémicos que hagan que el campo se dinamice. Retomaremos este tema más adelante.

Y el cuarto rasgo característico de las temáticas abordadas por los investigadores latinoamericanos es el estudio de casos paradigmáticos en los que la comunicación popular, participativa, comunitaria, ciudadana o para el cambio social, es el eje de la acción y la reflexión. Hay una especialización en la casuística comunicativa participativa. Esa casuística contribuye a visibilizar procesos muy concretos que poseen una gran riqueza comunicativa y política. Esa “localización” investigativa es mucho más fácil de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

abordar por los investigadores y muestra un panorama en el que los sujetos son protagonistas de su historia.

4.3.3 *¿De dónde surgen estos problemas de investigación?*

Bien, hasta el momento hemos logrado identificar cuáles son los intereses en juego, los capitales culturales y las temáticas que más trabajan en este campo. Falta conocer de dónde surgen estos problemas de investigación porque comprender de dónde emergen, conllevaría a avanzar en la “objetivación” del objeto de estudio de este campo.

Esta pregunta se la hicimos a los 35 investigadores entrevistados y las respuestas fueron variadas.

Una de ellas tiene que ver con la experiencia investigativa en este campo. Varios investigadores no sólo han participado de una investigación, que fue presentada en algunos de los últimos congresos de ALAIC, sino que ya poseen una valiosa trayectoria investigativa y formativa que les permite desarrollar unos hábitos – es decir, unas prácticas diferenciadas (Bourdieu, 2011)- y ya cuentan con cierto capital científico que los hace ser reconocidos, así sea institucionalmente, en este campo. Sobre el capital científico volveremos más adelante.

Algunos de estos investigadores – la tercera parte de los entrevistados- ya cuentan con un acervo conceptual e investigativo frente a temas como la comunicación y el desarrollo, el cambio social, los movimientos sociales, la responsabilidad social, las radios comunitarias y la comunicación popular. La construcción de problemas de investigación es la continuación del desarrollo del campo académico que ya se venía trabajando.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Otros investigadores – un poco menos de la mitad de los entrevistados- sostienen que sus problemas de investigación surgen de los conflictos sociales. Es decir, casi la tercera parte de los investigadores entrevistados que hacen parte de este campo piensan que sus investigaciones nacen de la injusticia social, de las exclusiones raciales y de género, y desde las problemáticas sociales y políticas, como el extractivismo, la economía de mercado y las políticas neoliberales.

Lo que queda claro con estas respuestas es que un proceso en el que se afrontan problemáticas como la desigualdad, la inequidad, las exclusiones sociales, étnicas, políticas, de género, la hegemonía cultural, ideológica, y todo tipo de colonialismos culturales y políticos. Eso implica que, como dijimos antes, este campo se ha “especializado” en la crítica, la gestión y la visibilización de estos conflictos sociales, a nivel local, nacional o continental. Se podría decir que esta comunicación es “conflictiva” dado que en ocasiones se han constituido procesos para hacerle frente a situaciones conflictivas, para acompañar a quienes están gestionándolos o incluso para crear nuevos conflictos.

El investigador español Lorenzo (2001) decía respecto al conflicto:

El conflicto social es el que induce una determinada forma de percibir los problemas de la realidad en clave de crispación y crítica: radicaliza posturas políticas o éticas; señala culpables; pone de manifiesto los problemas e incluso los agrava; propicia interpretaciones maximalistas de los objetivos; y en general, cuestiona todo el orden vigente y su percepción social, de tal manera que, de improviso, la gente descubre un rostro diferente del mundo que lo rodea (p. 250).

Esta comunicación se ha convertido en un recurso disponible para el conflicto y su dinámica. No se habla aquí de un «recurso» en su sentido utilitario o instrumental, sino más bien como parte del repertorio estratégico contrahegemónico que muchos grupos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

sociales y movimientos de diferente índole implementan para las luchas sociales por la equidad y la democracia.

Y la tercera respuesta más común ante este interrogante sobre el surgimiento de la investigación –cerca de la tercera parte de los entrevistados- tiene que ver con el reconocimiento a sujetos individuales y colectivos. El reconocimiento es la capacidad que tiene el investigador de aceptar que muchos actores sociales, como las mujeres, los jóvenes, las comunidades ancestrales, los movimientos sociales ambientales, culturales y de género, son poseedores de saberes. Por eso varios de los problemas de investigación poseen un interés político: hacer visibles esos saberes populares y esas prácticas colectivas y participativas.

Aquí podemos decir que con el reconocimiento del “otro” o de los “otros” hay una búsqueda de una ecología de saberes, como lo llama Boaventura de Sousa Santos (2010), quien habla así de ella:

Una de las premisas básicas de la ecología de saberes es que todos los conocimientos tienen límites internos y externos. Los límites internos están relacionados con las restricciones en las intervenciones del mundo real impuestas por cada forma de conocimiento, mientras que los límites externos resultan del reconocimiento de intervenciones alternativas posibilitadas por otras formas de conocimiento. Por definición, las formas de reconocimiento hegemónicas solo reconocen límites internos; por lo tanto, la exploración de ambos, de los límites internos y externos de la ciencia moderna tan solo pueden ser alcanzados como parte de una concepción contrahegemónica de la ciencia. Esto es por lo que el uso contrahegemónico de la ciencia no puede ser restringido solo a la ciencia. Solo tiene sentido dentro de una ecología de saberes (p. 60).

Este último grupo de investigadores de los que hablamos arriba, tratan de romper con la monocultura del saber académico y comenzar a dialogar con esos otros saberes que provienen del mundo social, cultural y político. Incluir estos saberes y prácticas en una investigación científica significa expandir el conocimiento, a partir de las relaciones de interconexión entre saberes y las relaciones de intersubjetividad. Lo que hay es una identificación de esos saberes y de esas prácticas. Esa identificación se hace visible con la explicitación de esos discursos y acciones, pero muchas veces por medio de las traducciones de los investigadores.

4.3.4 Las metodologías utilizadas

Al analizar las 120 ponencias presentadas en los congresos de ALAIC encontramos una gran variedad de metodologías utilizadas en esas investigaciones, como se nota en la Figura 4.

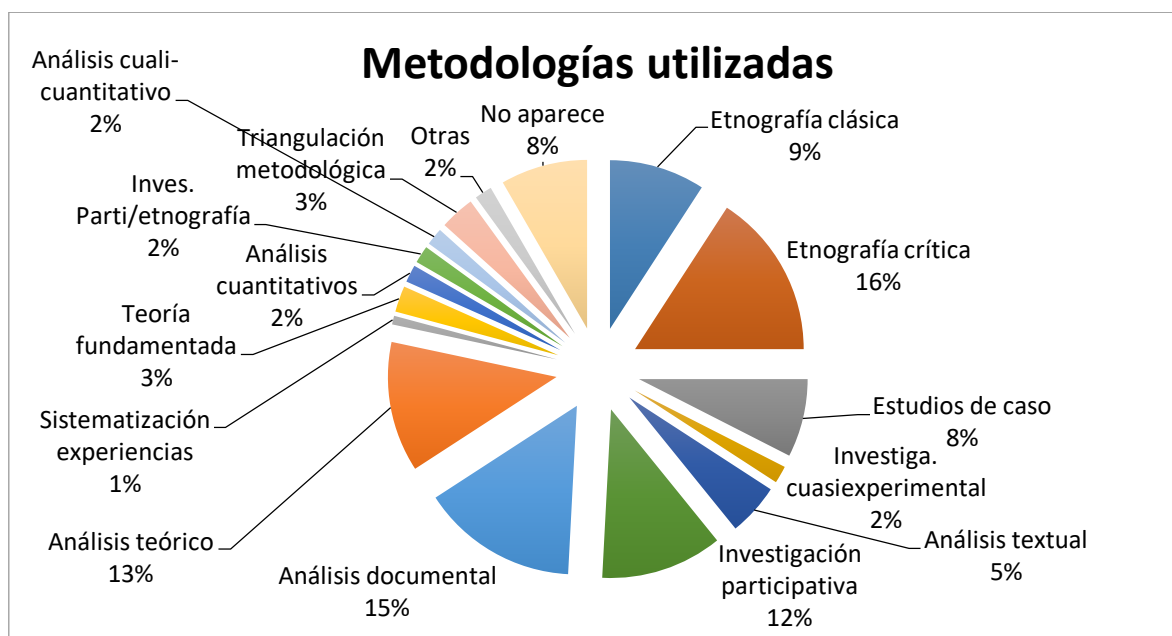
La metodología más utilizada por los investigadores es la etnografía crítica, dado que el 16 por ciento de los trabajos utilizaron este enfoque (Véase Figura 5). En ninguno de los trabajos de investigación estudiados se enuncia que se utiliza este enfoque metodológico, pero al auscultar esas investigaciones se percibe que estos estudios cuentan con los elementos característicos de la etnografía crítica: a) crítica cultural, que es una crítica a los grupos dominantes y a las ideologías gobernantes que van en contra de los grupos oprimidos; b) compromiso con una sociedad igualitaria; c) es un enfoque hermenéutico interpretativo, pero también constructivista; y d) es una práctica reflexiva, que se ubica desde una postura muy particular de raza, género, clase e identidad sexual (Foley y Valenzuela, 2012). La diferencia fundamental con la etnografía tradicional es la intención política de cambio social (Valdez, 2013). Eso quiere decir que la etnografía

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

crítica es un enfoque de investigación que utiliza las mismas técnicas de la etnografía tradicional, pero es una investigación más colaborativa y comprometida con la causa de los “informantes” y por eso mismo es denunciante.

Figura 5

LAS METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Elaboración propia

En los estudios etnográficos críticos encontramos varias apuestas por el enfoque de género, y en concreto por las mujeres (que algunos llaman etnografía feminista), por la autobiografía de académicos y de líderes sociales, las prácticas culturales contrahegemónicas y unas etnografías muy localizadas, en contra del extractivismo y de la formación política.

La segunda metodología más desarrollada es el análisis documental. Llamamos “análisis documental” al estudio de documentos escritos, sonoros, audiovisuales, visuales y digitales (Véase Figura 5). Es un proceso de análisis que incluye la clasificación, la traducción, indización, descripción, y construcción de reseñas (Dulzaides & Molina, 2004).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Las tres cuartas partes de los análisis documentales fueron indagaciones sobre archivos sonoros, escritos y digitales de los medios comunitarios fundamentalmente.

Sólo cuatro de estos análisis documentales utilizaron la técnica de análisis de contenido. El análisis de contenido se concentra precisamente en el contenido de un documento para producir un meta.-texto analítico en el que se representa un corpus de manera transformada (Fernández, 2002).

La tercera metodología más utilizada es el análisis teórico. Llamamos “análisis teórico” a la reflexión teórica desarrollada sobre un fenómeno, basándose en distintas opciones conceptuales. Tenemos claro que las metodologías de investigación son un conjunto de procedimientos y técnicas para realizar un estudio, y el “análisis teórico” no es una técnica, pero en muchos de estos trabajos sí es un procedimiento para la comprensión de una realidad. Normalmente la teoría es una abstracción de la realidad que debe contrastarse con “el mundo real”, pero en estos estudios no hay contrastación empírica, pero sí conceptual

El 13 por ciento de las ponencias presentadas en los congresos de ALAIC, en estos dos Grupos Temáticos estudiados, son análisis de procesos comunicativos participativos y/o populares a nivel general y en una escala más grande a los casos puntuales, como análisis regionales o por países.

La cuarta metodología más trabajada es la Investigación Participativa. Como lo hemos dicho ya en otro texto (Rocha, 2016), “en la investigación participativa los sujetos son sujetos que investigan, reflexionan, diagnostican y evalúan su realidad. Son ellos los que mejor conocen su propia realidad porque la viven” (Rocha, 2016, p. 14). Eso pone en cuestión la propia objetividad de la investigación. No sólo no es una investigación objetiva,

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

sino que es intersubjetiva porque se basa en las relaciones intersubjetivas entre los sujetos.

La anterior es la característica más sobresaliente de esta metodología, pero no es la única. También es una metodología en la que se busca un diálogo de saberes entre el saber “experto” y el saber “popular”. En esta investigación esos saberes son reconocidos y claves para los procesos investigativos. Y es también un proceso de acción - reflexión – acción continuo para el logro de los propósitos colectivos, que se vale de la participación activa de los sujetos en la dinámica.

El 12 por ciento de las ponencias presentadas en estos congresos son investigaciones participativas o implicativas, como las llama R. Villasante (2002). Muchos de estos proyectos son procesos de trabajo colectivo, como los formativos, los proyectos de intervención, la participación en movimientos sociales y en prácticas comunicativas comunitarias, alternativas o populares, en los que los investigadores se ven implicados directamente.

La quinta metodología más utilizada es la etnografía clásica o tradicional. Gurdían-Fernández (citado por Valdez, 2012) sostiene que la etnografía es una descripción (grafía) completa o parcial de un grupo o pueblo (ethno) que se centra en el estudio de un grupo de personas que tienen algo en común.

La etnografía entonces es un método que pretende interpretar las prácticas culturales de grupos de individuos. El nueve por ciento de los trabajos presentados en los congresos de Alaic fueron investigaciones etnográficas. La mayoría de ellas son indagaciones que utilizan la observación participante y la entrevista en profundidad como técnicas de recolección de información, para interpretar los procesos comunicativos transformativos en medios digitales o análogos comunitarios y alternativos.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Y la sexta metodología más utilizada es el estudio de caso cualitativo. Lo llamamos así para diferenciarlos de la mayoría de los estudios de caso, que son cualitativos y cuantitativos. El estudio de caso cualitativo es el estudio de un caso único, con toda su historia, contexto y características particulares (Stake, 2013). En buena parte de los estudios que utilizaron el estudio de caso como proceso de investigación se enfocaron en el estudio de una experiencia significativa de medios y/o de proyectos comunicativos participativos y transformativos.

Esos casos fueron paradigmáticos o emblemáticos. Paradigmáticos porque en esos casos se nota cómo se pone en juego una concepción como la de comunicación popular o comunicación para el cambio social. Y son emblemáticos porque su acción se convirtió en un ejemplo distinguible de muchos otros parecidos por su capacidad de movilización y/o por su incidencia política y comunicativa.

Lo que demuestra este diagnóstico metodológico son tres cosas claves para la comprensión de la investigación en el campo. En primer lugar, cerca del 37 por ciento de las investigaciones presentadas en estos congresos, se apropian de metodologías críticas o sociocríticas (Habermas, 1982), como la etnografía crítica, la investigación participativa, la sistematización de experiencias y el estudio de caso cualitativo. Eso visibiliza que no sólo existe un interés emancipatorio, como ya lo vimos, sino que para lograrlo, se echa mano de metodologías propias de esa naturaleza crítica, que contribuyen a la conciencia crítica, la autoreflexión y la autoformación del sujeto para transformar las condiciones de vida.

En segundo lugar, un poco más del 28 por ciento de los trabajos de investigación estudiados son hermenéuticos porque trabajan metodologías como el análisis de textos, el análisis documental y la etnografía clásica. Eso implica que una tercera parte de estos trabajos presentados en estos congresos pretenden interpretar las realidades

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comunicativas para contribuir a su reconocimiento y a su transformación en algunos casos.

En tercer lugar, es interesante que se presenten 15 ponencias esencialmente teóricas en estos congresos. Ese no es un dato menor. Como dijimos antes, este es un campo en el que hay mucha casuística, pero al tiempo comienzan a emerger los estudios teóricos. A estos estudios se les conoce como la investigación básica, que tiene como objetivo la construcción de una base de conocimiento que explique y comprenda los fenómenos comunicativos participativos y transformativos.

Los dos puntos anteriores, nos conduce a sustentar que más del 80 por ciento de los trabajos analizados son investigaciones cualitativas. El investigador tiene que tomar una serie de decisiones sobre su investigación. Una de ellas es el diseño metodológico. Esa decisión no es solo de forma, sino que también es epistemológica porque la metodología es la manera de acceder o de construir el conocimiento. Y la decisión que han tomado la gran mayoría de los investigadores ha sido la investigación cualitativa, que no es otra cosa que pensar desde la historia, las interacciones y las estructuras, pero en este campo, también desde las injusticias sociales, las inequidades y las desigualdades de la sociedad.

Esta postura epistemológica y política contrasta con la investigación en comunicación en el mundo, que está más orientada al análisis de contenidos mediáticos, los estudios de recepción y de audiencia y los análisis socio-semióticos (Wilches, 2011) (Wimmer y Dominick, 2001).

4.3.5 *El capital científico y el habitus científico*

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Pierre Bourdieu sostiene que el capital científico es, al igual que el mismo campo, un campo de fuerzas dotado de una estructura. Esa estructura es creada por los mismos científicos en su dinámica, a partir de sus propios capitales. “El capital científico, dice Bourdieu, es un tipo especial de capital simbólico, capital basado en el conocimiento y el reconocimiento” (Bourdieu, 2001, p. 65-66).

En América Latina el capital científico lo ostenta el profesor Jesús Martín Barbero (Véase Figura 6). Este autor colombo-español llegó a Colombia a finales de la década de los años 60 del siglo pasado. Desde aquel momento hasta el presente Martín Barbero ha ido construyendo un conocimiento en torno a la comunicación y a la cultura. Su obra más importante es el libro “De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía” (1991). Ese es el texto más citado en los estudios en el campo de la comunicación participativa. En él Martín Barbero explora las relaciones entre la producción mediática y el consumo, a partir de las matrices culturales en las que se encuentran los sujetos. A esas relaciones las llamó mediaciones. La mediación es lo que está “entre” los sujetos y los medios o “entre” las lógicas de las matrices industriales de los medios y las matrices culturales de los sujetos.

Figura 6*EL CAPITAL CIENTÍFICO*



Fuente: Elaboración propia

Esa postura centra la mirada en los sujetos y sus tramas de significación y deja un tanto de lado a los medios como objeto de estudio. De hecho, en otro de sus trabajos conocidos, como es “De la Comunicación a la Cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso” (1984), Martín Barbero sostiene que hay una obsesión por pensar el objeto de investigación de la comunicación – que normalmente son los medios –, y de conocer cuál es la teoría que mejor define a la comunicación, y hay que comenzar por escuchar cómo vive la gente, cómo se comunica la sociedad latinoamericana, así la teoría tendría que venir de los procesos comunicativos cotidianos.

Lo interesante es que la obra de Martín Barbero termina siendo dominante en este campo. Como vimos en el capítulo precedente, el aporte de Jesús Martín Barbero al campo ha sido su apuesta por una comunicación popular como culturas populares en conflicto con los sectores dominantes. Lo popular se define por lo ambiguo en términos de identidad, pero también por la resistencia al sistema dominante (1983).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Algunos de los 14 estudios en los que se le citó se refieren a esta mirada sobre la comunicación popular, pero la mayoría de los investigadores retoman los conceptos de Martín Barbero sobre la comunicación y los procesos socioculturales. Es decir, nombrar a Martín Barbero se constituye para los investigadores latinoamericanos en una puerta de entrada para navegar por el campo de la comunicación participativa. La comunicación y su relación con la cultura se constituye así en un umbral en el que se habla de la comunicación entre los sujetos, de las diferencias entre la idea de comunicación y de información, de las tramas y el espesor de la comunicación y de las culturas populares, para adentrarse en el análisis de los procesos comunicativos participativos y transformativos. Por esta razón, el tema de la comunicación y la cultura es el segundo en relevancia dentro de los trabajos en estos estudios (Véase Figura 6).

En la estructura del campo es evidente que tanto la obra de Jesús Martín Barbero como la concepción de la Comunicación y la Cultura ocupan un espacio importante.

Hay otros autores que también trabajan esta temática, y hacen parte de los llamados estudios culturales latinoamericanos, como Néstor García Canclini, pero no cuentan con el reconocimiento de Martín Barbero (Véase Figura 6). Sin embargo, su obra "Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad" (2001) es valorada en cuatro de los trabajos de investigación.

Hay también otros autores, como Stuart Hall, miembro de los llamados Estudios Culturales ingleses, y quien fuera uno de los grandes inspiradores de Martín Barbero para el desarrollo de su obra, y la concepción de Antonio Gramsci sobre la hegemonía y la contrahegemonía (1999) que es uno de los referentes académicos y políticos de estos estudiosos de la cultura, también son apreciados por los investigadores de este campo.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Ahora, la comunicación y la cultura, como categoría conceptual, se convierte en el portal para el ingreso al campo de la comunicación participativa. Es algo así como una regla o una regularidad científica en este campo. Y acoger esas reglas es un habitus investigativo. Lo decimos porque los habitus para Bourdieu, son unos principios de producción de prácticas diferenciadas que tienen que ver con la disciplina académica o con la trayectoria (Bourdieu, 2001). Entonces este habitus científico se diferencia de otros habitus de distintos campos de la comunicación y de las ciencias sociales porque citar a Martín Barbero y a otros autores de los estudios culturales es la manera de reconocer su trayectoria y de cumplir con una de las reglas no explícitas de este campo, como es la de relacionar a los conceptos de la comunicación y la cultura con la comunicación participativa y transformativa.

El segundo autor más citado en el interior de los trabajos de investigación es Alfonso Gumucio (Véase Figura 6). Gumucio fue el creador del concepto de Comunicación para el cambio social (2004). Este autor boliviano creó este concepto haciendo una crítica a la comunicación desarrollista, como las demás concepciones de este campo, y apostando por una comunicación horizontal, participativa y transformativa. Este concepto, como se vio en el anterior capítulo, se basó en otros para su constitución, como el de la comunicación y desarrollo, de Luis Ramiro Beltrán y Rosa María Alfaro, la comunicación popular y la comunicación educativa.

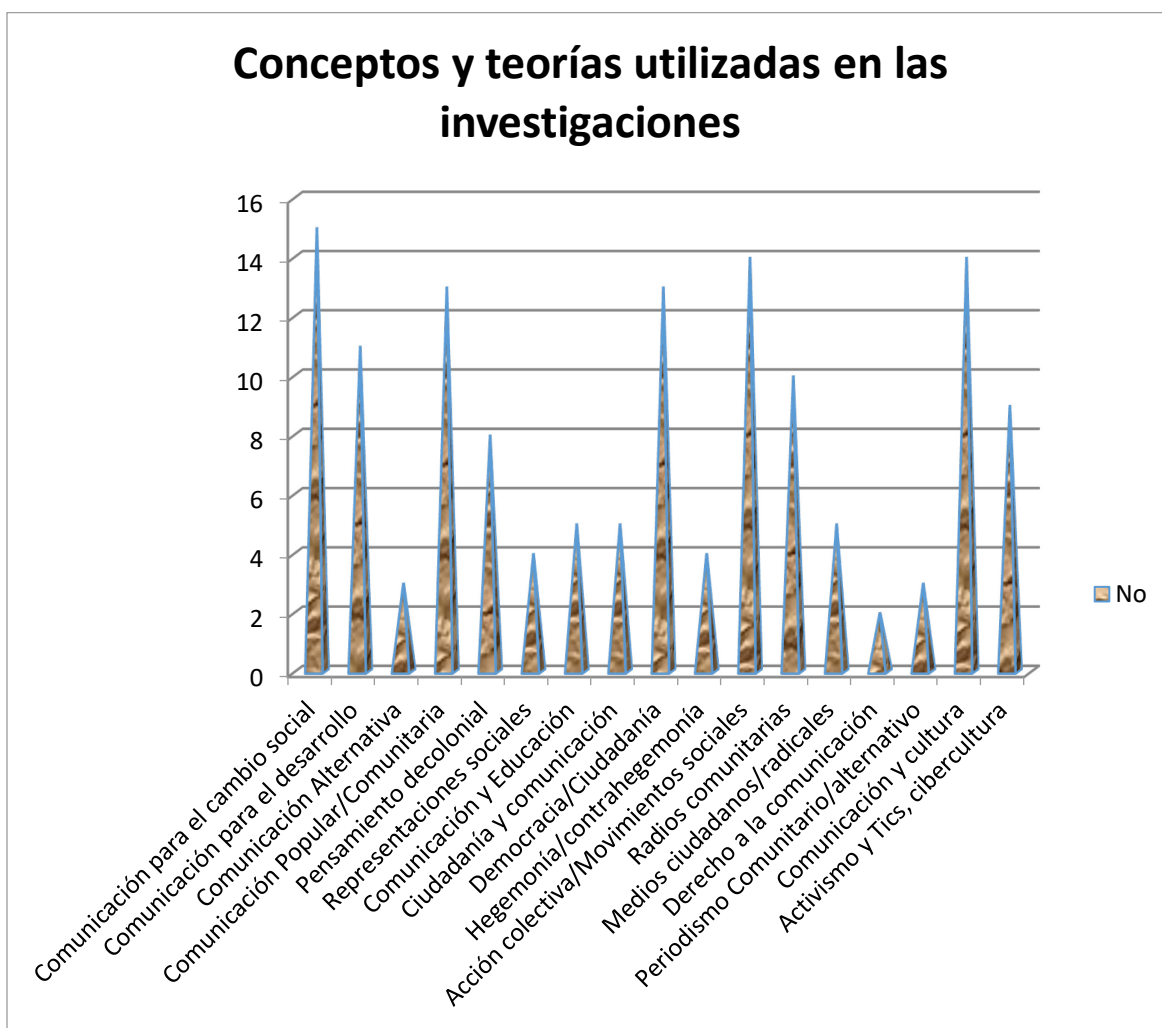
La Comunicación para el cambio social es el concepto más desarrollado en los trabajos de investigación en este campo (Véase Figura 7). En ocho de los quince estudios en los que se trabaja esta concepción de la comunicación se cita a Alfonso Gumucio, en los demás, se habla del concepto pero no se cita a ningún autor distinto a él, a excepción de Thomas Tufte, con quien compiló el libro "Antología de Comunicación para el Cambio

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Social: lecturas históricas y contemporáneas” (2008), que es el libro más mencionado cuando los investigadores se refieren a esta concepción.

Figura 7

CAPITAL ACADÉMICO EN LAS INVESTIGACIONES



Fuente: Elaboración propia

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En la estructura de este campo también está la concepción de Comunicación para el Cambio Social. Hay tres elementos que los investigadores resaltan a la hora de hablar de esta comunicación: uno de ellos es el carácter participativo que promueve esta comunicación, otro es el sello transformativo que posee, y por último, el énfasis en los procesos comunicativos, más que en los productos, así muchas de las experiencias sean a través de medios y tecnologías.

Hay un hecho que resulta de mucho interés: este autor y esta concepción sólo se desarrolla en el Grupo Temático de ALAIC de Comunicación y Cambio social. Eso quiere decir que la mitad de los estudios en este campo que se presentaron en este Grupo, tomaron como referente conceptual a la Comunicación para el Cambio Social.

Este hecho parece un acontecimiento normal si se tiene en cuenta que el Grupo Temático en el que se presentó la investigación lleva ese nombre, pero eso implica que una parte de los investigadores en este campo no acepta ese concepto. Aquí hay entonces un juego de poder entre quienes avalan esta concepción y quienes están en contra, que parecen compartir otra concepción, como es la de la Comunicación Popular y Comunitaria

La noción más común en las investigaciones estudiadas sobre la Comunicación Popular y Comunitaria es la cuarta concepción de la comunicación popular, que fue definida en el capítulo anterior (Véase Figura 7). Es una comunicación que busca construir lazos entre los ciudadanos – individuos y colectividades- para entretejer lo común y hacerle frente a las políticas y regímenes que pretenden mantener el statu quo. Es una concepción que asume a esta comunicación como un proceso de construcción de tejido social desde los sectores populares para incidir en lo público.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Su máxima exponente es la investigadora brasileña Cicilia K. Peruzzo. La profesora Peruzzo se destaca como un referente dentro de esta concepción por sus trabajos sobre la comunicación en los movimientos populares y los medios populares y la construcción de ciudadanía.

La segunda concepción de la Comunicación Popular trabajada por parte de los investigadores latinoamericanos de este campo es la que asocia a la comunicación popular con los movimientos sociales. La comunicación popular, decíamos en el anterior capítulo, es un proceso en el que se hacen tangibles las necesidades sociales. Esas necesidades surgen de problemáticas culturales, políticas y económicas. Y quienes mejor evidencian estas problemáticas son los movimientos sociales. Así, la comunicación popular es la expresión de los movimientos populares.

La profesora Cicilia Peruzzo sigue siendo la autora más referenciada en esta segunda concepción de la comunicación popular, pero también la investigadora argentina María Cristina Mata (Véase Figura 6). Mata es reconocida por su aporte sobre las tipologías de la comunicación popular (2011) y por su trabajo en el tema de la comunicación y la ciudadanía.

El tema de la acción colectiva y los movimientos sociales es vital para la comprensión desde este campo. Sin embargo, como se nota en la Figura 7 son 14 los estudios en los que se investiga sobre esta dinámica, pero no hay un autor predominante ni una concepción teórica dominante. Así como hay quien recurre a Marx para hablar del conflicto y de la lucha de clases como base de la acción colectiva, hay también quienes acogen la teoría de las oportunidades de Charles Tilly, a la construcción de identidad, de Touraine y Melucci, pero hay un reconocimiento muy especial a los mismos participantes de organizaciones, colectivos y demás formas de acción colectiva que se han hecho en el activismo comunicativo y político.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Hay dos autores a los que se les reconoce su trabajo académico y político frente a los movimientos sociales, como son Boaventura de Sousa Santos y Manuel Castells. Ninguno de los dos se convierte en dominante en el campo. De Sousa Santos es un investigador de las ciencias sociales que ha centrado su atención en el estudio de la democracia y en el reconocimiento de los movimientos sociales. Su apuesta más relevante en este tema tiene que ver con la promoción de una sociología de las emergencias, reconociendo las acciones colectivas, haciendo posibles y evidentes las alternativas a la hegemonía capitalista (De Sousa Santos, 2006). Esa sociología debiera constituirse desde las prácticas políticas ciudadanas.

Esto es precisamente lo que han hecho muchos investigadores en este campo: reconocer las prácticas colectivas, en diferentes escalas, buscando que estas iniciativas y procesos “hablen” por sí mismas, para así producir conceptos y aprendizajes,

El otro autor citado en esta temática es Manuel Castells. De este autor catalán los investigadores rescatan su concepción sobre la sociedad red, y en especial por las identidades construidas en la red por parte de los movimientos sociales y otras formas de acción colectiva (Castells, 1999). La teoría sobre la sociedad red es la más desarrollada por los estudiosos de este campo a la hora de tratar de comprender procesos colectivos y de activismo a través de la red.

Estos autores son los dos investigadores no latinoamericanos citados en los estudios presentados en los congresos de ALAIC. Sin embargo, Boaventura de Sousa Santos ha defendido la causa de los movimientos indígenas, de negritudes y sindicales a nivel latinoamericano y ha estado en contra de los regímenes antidemocráticos y coloniales de todo el mundo. Y aun cuando Manuel Castells no actúa de la misma forma, su propuesta de construcción de tejido social en la red internet no sólo es académica sino política y social.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Las concepciones sobre la acción colectiva y los movimientos sociales están asociada a las nociones de ciudadanía y democracia. Hay varios conceptos trabajados sobre ciudadanía, como la ciudadanía comunicativa, de María Cristina Mata (2006), la ciudadanía vista desde las minorías, de Raquel Paiva (2015), los medios ciudadanos, de Clemencia Rodríguez (2009), y la comunicación, el desarrollo y la ciudadanía, de Rosa María Alfaro (2006), entre otros. Todas estas concepciones sobre la ciudadanía tienen en común que parten de las prácticas ciudadanas, son concepciones que relacionan a la ciudadanía con los medios y con los procesos culturales, y son también apuestas de transformación desde los mismos ciudadanos.

Y en esa misma línea se adoptan conceptos sobre la democracia. Hay dos teorías sobre la democracia muy relacionadas con lo anterior. Una de ellas es la noción de democracia radical, de Chantal Mouffe (1999). Esta filósofa y politóloga belga sostiene que el conflicto es una condición necesaria del ser humano y por eso mismo la relación agonista (con el adversario) es una condición misma de la democracia. La principal tarea de la democracia sería, para Mouffe, pasar del antagonismo al agonismo. La otra concepción es la de la Democratización de la democracia, de Boaventura de Sousa Santos (2004), que propone hacer democrática la vida cotidiana, repolitizando las relaciones sociales, comunitarias y locales, en un mundo globalizado.

Hoy en la estructura de este campo están también las concepciones sobre los movimientos sociales y sobre la ciudadanía y la democracia, pero no como conceptos dominantes, sino como elementos claves de la construcción del campo.

Los otros dos conceptos que hacen parte del campo, pero como antecedente, son la comunicación para el desarrollo, y más concretamente para “otro” desarrollo, y la comunicación educativa.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En cuanto a la comunicación para “otro” desarrollo, en los textos de las investigaciones, se reconocen a dos autores que representan posturas cercanas, pero con diferencias. El primero es el autor boliviano Luis Ramiro Beltrán (2015), quien habla de una comunicación horizontal y democrática, como ya vimos en el capítulo pasado. Es horizontal porque hay diálogo y capacidad de considerar al otro como comunicador, y es democrática porque hay acceso, participación y derecho a la comunicación e igualitarismo,

La otra autora de esta comunicación para “otro” desarrollo es Rosa María Alfaro (2006). Esa concepción de comunicación y desarrollo está relacionada con la democratización de la comunicación. Así, como dijimos en capítulo precedente, la comunicación en el desarrollo solo es posible si se posibilita la democracia comunicativa. A esta concepción la hemos llamado Comunicación en el desarrollo.

Estas dos formas de conceptualizar la Comunicación y el desarrollo no le hacen contrapeso a la tensión existente entre las concepciones de Comunicación para el Cambio Social y la Comunicación Popular y Comunitaria, sino que se convierte en el telón de fondo del desarrollo conceptual del campo, al igual que la Comunicación Educativa.

La Comunicación Educativa ha sido eje de esta comunicación y por eso autores como Paulo Freire (1985), quien concentró en el pasado un gran capital científico y aún hoy se mantiene en buena parte, Daniel Prieto Castillo (2004) y Mario Kaplún (2002), siguen siendo reconocidos por su aporte al campo.

Así la estructura completa del campo de investigación estaría conformada de la siguiente manera: hay una disputa por la dominación académica entre la comunicación para el cambio social y la comunicación popular y comunitaria, hay unos antecedentes reconocidos por todos que tienen que ver con la comunicación para “otro” desarrollo y la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comunicación educativa, hay un portal de ingreso a esas concepciones sobre esta comunicación, como es la comunicación y la cultura, y hay unos conceptos sobre la acción colectiva y los movimientos sociales, de un lado, y de la ciudadanía y la democracia, de otro, con los cuales estas tendencias conceptuales son pertinentes para el contexto latinoamericano y sudamericano y son coherentes con la búsqueda de una sociedad más equitativa y democrática.

En la investigación en este campo hay un gran capital científico representado en Jesús Martín Barbero, y unos capitales académicos que han ido adquiriendo reconocimiento y son del presente, como los de Alfonso Gumucio y Cicilia K. Peruzzo, que identifican las concepciones en juego. Hay autores que paulatinamente vienen apareciendo como Alejandro Barranquero y Clemencia Rodríguez, pero que en el momento no se convierten en “agentes” de nuevas maneras de concebir el campo. Hay capitales históricos, como Luis Ramiro Beltrán. Rosa María Alfaro, Daniel Prieto Castillo, María Cristina Mata, Paulo Freire, Raquel Paiva y Mario Kaplún que siguen siendo reconocidos como los fundadores del campo. Y han entrado otros agentes que provienen de otros campos o que pueden estar en diferentes campos, como Boaventura de Sousa Santos y Manuel Castells, que con sus trabajos académicos han contribuido a dinamizar este campo de la comunicación participativa.

El habitus investigativo ha ido de la mano de lo anterior y por eso se los investigadores han ido reconociendo el capital científico de Jesús Martín Barbero y de los demás autores que construyeron este campo, echan mano de la concepción de la comunicación y la cultura para optar por alguna de las concepciones fuertes en disputa, la comunicación popular y comunitaria o la comunicación para el cambio social.

4.3.6 *Las tensiones*

La tensión más importante que afrontan los investigadores de este campo, es la financiación y la valoración de las instituciones a las que pertenecen o de otras instituciones.

Un poco más de la mitad de los investigadores manifestaron que las instituciones de las que hacen parte apoyan su trabajo con tiempo para la investigación y en ocasiones con recursos materiales. Algunos han recibido becas como maestrantes o doctorandos, y en ellas se incluye el trabajo de investigación. Otra institución que ha apoyado estos estudios son los organismos estatales de ciencia y tecnología de los países latinoamericanos, con apoyo económico y logístico. El sector privado no ha apoyado estas iniciativas investigativas.

La razón del apoyo, que ha sido básicamente con tiempo para el desarrollo de los estudios y en algunos casos con recursos económicos, es la valoración positiva que hacen los departamentos, programas, escuelas o Facultades a las que pertenecen estos investigadores. Ese apoyo se otorga porque se considera que ese trabaja contribuye a la extensión de la universidad o porque es uno de los ejes de la formación académica en posgrado especialmente. Algunos de estos investigadores han ganado premios de investigación, lo que demuestra que este tipo de estudios comienzan a tener reconocimiento institucional.

Otro grupo de investigadores – un poco menos de la mitad de los entrevistados - consultados considera que en ocasiones recibe apoyo, pero la generalidad es que no

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

haya financiación institucional. Algunos desarrollan estos estudios con recursos propios, Otros los han financiado cuando desarrollaron sus programas de posgrado, pero luego, ya en el curso de su vida académica la financiación es nula.

Hay dos razones para la escasa financiación de la investigación en el campo de la comunicación participativa. A diferencia de lo que expresaron los investigadores que reciben apoyo para sus estudios, la primera razón que esgrimen quienes no cuentan con apoyo es la poca valoración que las instituciones le otorgan a esta concepción y práctica de la comunicación participativa. Sostienen que hay otros campos dentro de la misma comunicación que son más apreciados por la academia y por el mercado, como el marketing, la comunicación política y la comunicación digital. Estudios sobre lo ambiental o sobre los movimientos sociales no se consideran investigaciones de peso académico. Y a nivel de toda la institución, estudios en este campo no reciben la misma atención que los estudios sobre las ciencias naturales o las ciencias físicas, cosa que es desgraciadamente es común en la mayoría de las universidades de nuestro continente.

La segunda razón tiene que ver con la sociotécnica para la presentación de los proyectos. Algunos de los investigadores encuentran dificultades para responder a estos requerimientos, como los formatos de investigación, en los que explícitamente se requieren “resultados esperados” o “entregables”. Esa dificultad se debe a que el trabajo con las comunidades no depende de los tiempos de los investigadores, sino el de ellos y los “resultados” sólo se pueden alcanzar si hay interés y participación de los grupos humanos con los que se trabaje.

Esta tensión tiene que ver con el posicionamiento del campo en los ámbitos institucionales. En muchos casos, la investigación en este campo se ve como “amable” y “comprometida”, como nos lo dijo un investigador español que trabaja en América Latina, pero aún no cuenta con el suficiente reconocimiento como otros campos u otras áreas del

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

conocimiento. Sin embargo, el avance ha sido grande porque ya hay investigaciones de este campo que han recibido premios, hay becas para la formación y para la investigación, y hay instituciones y centros de formación que valoran este campo y su investigación.

4.3.7 Las presiones

La presión más significativa a la investigación en general es lo que se ha llamado el Capitalismo Cognitivo. Es decir, el trabajo investigativo que aquí hemos analizado, que es el mismo habitus investigativo, viene siendo valorado no desde los procesos de transformación que acompaña, de la relación con los intereses ciudadanos, de la construcción de conocimiento colectivo, de la importancia para las localidades, las regiones, los países o los continentes, sino desde cómo el conocimiento adquiere un valor económico, de la globalización del capital, de la acumulación del conocimiento, y de la importancia del trabajo intelectual en la llamada sociedad de la información.

El trabajo creativo del investigador hoy se valora desde la economía del conocimiento. Eso implica que existan “problemas relevantes” para la llamada sociedad del conocimiento –y no para territorios particulares y grupos sociales subalternos -, formas de validación de la producción académica, como las patentes, la propiedad intelectual, la publicación de los resultados en revistas indexadas, la participación en eventos nacionales e internacionales para la socialización del conocimiento y la participación en redes académicas, agendas y políticas científicas, basadas en la economía social del conocimiento, y la productividad científica asumida como cantidad de conocimientos validados por la sociedad del conocimiento.

Esta productividad del conocimiento es una de las formas de la colonización del saber y del poder. Esa colonización se hace explícita con una monocultura del saber

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

científico, que responde a unas necesidades globales, a unos intereses del capital económico, a la lógica del eficientismo académico, permeado por la acumulación de saberes, y a la competencia cognitiva.

La monocultura del saber se hace visible a través de publicaciones en revistas indexadas – en la tiranía del *paper*, como lo describe Eduardo Restrepo (2019)-, que son arbitradas nacional e internacionalmente, en los congresos académicos y en las redes de conocimiento.

Eso implica para Francisco Sierra Caballero (2016), que “hoy se impone una investigación administrativa, sometida, desequilibrada, instrumental, acrítica, inconsistente, banal, medida y replicada insustancialmente en sus absoluta irrelevancia” (Sierra, 2016, p. 16).

Al indagar sobre la relación de la investigación en este campo de la comunicación y el capitalismo cognitivo las respuestas son bien reveladoras. En primer lugar, al preguntarles a los investigadores de este campo, de qué forma socializan sus investigaciones, la gran mayoría no ha publicado en revistas indexadas, tal y como lo había evidenciado Barranquero (2016), pero sí ha presentado sus estudios en congresos nacionales y buena parte de éstos en eventos internacionales, y también hacen parte de redes nacionales e internacionales de conocimiento.

No se publica en este tipo de revistas por varias razones. Una: porque hay una técnica, estructura escritural y lógica cognitiva que no es apropiada para publicar artículos sobre procesos comunicativos participativos y transformativos. Dos: porque no hay muchas revistas indexadas en español o en portugués. Y tres: porque para algunos publicar en estas revistas es un contrasentido epistemológico con el campo de la comunicación participativa, dado que en estas publicaciones no se valora el saber

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

popular, comunitario, étnico y ancestral.

Al parecer se pueden socializar estos estudios en congresos y todo tipo de eventos académicos porque en ellos hay más apertura a otro tipo de conocimientos y a la presentación de experiencias y procesos comunicativos sin las talanqueras de las publicaciones académicas.

En segundo lugar, hay quienes buscan hacer visibles sus investigaciones en otros espacios o escenarios en los que se reconozcan a los actores sociales con los que se trabaja. Hay investigadores que hacen ponencias con miembros de las comunidades con quienes trabajaron, hay publicaciones conjuntas en diferentes medios, como los comunitarios y alternativos, hay publicaciones de los investigadores con el consentimiento de los colectivos estudiados.

Lo anterior demuestra que parte del habitus investigativo de los estudios de la comunicación participativa es cumplir con lo establecido por los cánones del Capitalismo Cognitivo – como la visibilización de sus trabajos en redes académicas y en eventos académicos - , pero otra es transgredir esas reglas socializando las investigaciones en otros espacios más legítimos para los investigadores y especialmente para las organizaciones y los individuos con los que se hizo la investigación.

4.4 Algunas conclusiones

Hay varias conclusiones que quedan de este recorrido analítico.

En primer lugar, hay una estrecha relación entre los intereses investigativos y las metodologías de trabajo. Como vimos, la gran mayoría de los investigadores poseen un interés emancipatorio. Eso quiere decir que hay una búsqueda de transformación de la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

realidad y de alcanzar la libertad. Ese interés se refleja bastante en la selección de los diseños metodológicos de trabajo, porque casi el 40 por ciento de estas metodologías tienen esa mirada, como la etnografía crítica, la investigación participativa y la sistematización de experiencias, y más del 30 por ciento permiten hacer una interpretación de la misma, con la etnografía clásica, el análisis documental y el estudio de caso cualitativo.

En segundo lugar, ese interés emancipatorio surge del capital cultural de los investigadores o del capital social de los mismos. A lo largo de la práctica investigativa, los investigadores incluidos en este campo de la comunicación participativa van acumulando un capital cultural, que proviene de la experiencia investigativa, y su propio capital cultural, que en este caso son las relaciones con grupos, organizaciones, movimientos, colectivos que desarrollan actividades de comunicación y participación. Ese es un capital muy valioso, que otros investigadores de distintos campos no tienen porque su perspectiva de investigación es distinta y porque su interés también es diferente. Entonces el interés emancipatorio se construye desde lo académico y desde el reconocimiento de los procesos sociales.

En tercer lugar, el capital cultural de los investigadores de este campo es también un tanto distinto a los de los demás investigadores de la comunicación porque es híbrido. Hemos llamado a estos investigadores “anfibia culturales” porque su trayectoria vital ha estado atravesada por el activismo social y político y por la vida académica. En ocasiones, primero se ha sido activista y luego académico, o se dan las cosas al mismo tiempo. Lo cierto es que los investigadores construyen su capital cultural desde el conocimiento sobre los conflictos sociales, comunicativos y políticos y desde su práctica.

Así, el habitus de los investigadores de este campo – en el que hay reproducción y producción cultural - está constituido por unas prácticas sociales y políticas, y a la vez

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

con unas prácticas investigativas. Gracias a este habitus también se adquiere el interés emancipatorio.

En cuarto lugar, hay unas temáticas de interés de los investigadores que son reconstruidas a partir de una estructura conceptual, lo que genera un sentido propio del campo. Como vimos, hay varios temas relevantes para la investigación en este campo, como la radio comunitaria, la casuística de las experiencias en medios, y los procesos comunicativos de participación en medios digitales. Todos estos temas pueden trabajarse desde otros campos, no solo de la comunicación sino desde la ciencia política, la sociología de la cultura, la psicología social, entre otros. Pero es el interés emancipador y la estructura conceptual la que convierte a estas temáticas en ámbitos de investigación del campo de la comunicación participativa.

En quinto lugar, la estructura parte del reconocimiento del capital científico de un autor hispano colombiano, como es Jesús Martín Barbero. Martín Barbero es uno de los referentes de los estudios en comunicación y cultura latinoamericana. Eso significa que su obra es un capital científico para el gran campo de la comunicación latinoamericana y no sólo para éste. En la investigación en este campo se trabajan los conceptos de este autor, y en general de los estudios culturales latinoamericanos, como una puerta de entrada al campo. Eso quiere decir que los estudios culturales “enmarcan” este campo.

En el campo de la investigación hay una lucha entre dos concepciones: la Comunicación para el Cambio Social y la Comunicación Popular y Comunitaria. Las dos poseen exponentes, como Alfonso Gumucio y Cicilia K. Peruzzo respectivamente, que también poseen un capital científico importante para convertirse en referentes de estas concepciones. La investigación en este campo recurre a unos antecedentes de la Comunicación para “otro” desarrollo, cuyos exponentes principales son Luis Ramiro Beltrán y Rosa María Alfaro, y de la comunicación educativa, en cabeza de Paulo Freire,

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Mario Kaplún y Daniel Prieto Castillo. Esas concepciones sirven de antecedente a las dos que se encuentran en pugna por la dominación teórica.

En esta estructura hay dos relaciones con horizontes académicos. Uno, es la mirada sobre las acciones colectivas y los movimientos sociales. Este horizonte académico está compuesto por conceptos distintos pero a la vez cercanos acerca de estos procesos, como los que enarbolan Boaventura de Sousa Santos y Manuel Castells. El otro horizonte, es el de la ciudadanía y la democracia. También aquí hay varias opciones conceptuales, pero sobresalen las nociones sobre la ciudadanía y la comunicación, de María Cristina Mata y Clemencia Rodríguez, en lo que hace a la ciudadanía, y de Chantal Mouffe y De Sousa, en lo que hace a la democracia.

En sexto lugar, la investigación en este campo posee unas presiones y unas tensiones que hacen que el habitus también sea híbrido. Las tensiones son los conflictos internos y las presiones son los conflictos externos que inciden en las prácticas investigativas internas. La mayor tensión que poseen los investigadores es, para algunos, la poca valoración y apoyo institucional para la práctica investigativa. Otros investigadores poseen total apoyo en el desarrollo de sus actividades investigativas. No hay duda que la investigación en este campo ha ido ganando terreno, pero no en todos los casos.

En cuanto a las presiones, hay una que hoy por hoy es la gran presión para todas las áreas del conocimiento, como es el capitalismo cognitivo. En este caso se convierte en presión que contradice el interés emancipatorio y la búsqueda de la participación y la transformación social propios de este campo.

Ante las presiones externas, e incluso ante la presión institucional, la mayoría de los investigadores optan por un habitus híbrido: juegan en el escenario académico con algunas dificultades, socializando las investigaciones en los escenarios académicos y

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

participando en redes académicas, pero con una baja publicación de resultados, y juegan en el escenario comunitario, socializando a través de distintas estrategias y espacios los logros obtenidos.

Capítulo 5

La formación en el campo de la comunicación participativa.

El sentido construido en el proceso formativo

El objetivo principal de este capítulo es presentar una conceptualización de la formación en el campo de la comunicación participativa. Ese objetivo se puede resumir en algo muy concreto: establecer cuál es el sentido de la formación en el subcampo de la educación dentro del campo de esta comunicación.

Para tal efecto, comenzamos exponiendo la crisis de la universidad de hoy en el mundo y en particular en el continente latinoamericano. La universidad se está enfrentando a una crisis de legitimidad, de hegemonía y a una crisis institucional. Esas crisis plantean nuevos retos, en la búsqueda de nuevas legitimidades sociales, culturales y políticas.

En doce universidades del continente latinoamericano surgieron posgrados en el campo de la comunicación participativa desde finales del siglo pasado, pero en especial, a lo largo del presente siglo.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En este capítulo se hace un análisis de la relación entre las ideologías institucionales en relación y los discursos académicos de estos posgrados. El objetivo de esa relación es establecer el grado de cercanía entre el pensamiento institucional y la búsqueda académica de estas Maestrías del continente. Así mismo, en este capítulo se estudian las relaciones entre el capital académico y los habitus discursivos de los estudiantes y egresados y de ese capital con las prácticas de enseñanza y aprendizaje.

Así, aquí no se hace un balance educativo, como se estila en los centros académicos, sino una comprensión global de las formas de reproducción cultural y de producción de la cultura académica que se generan en el proceso formativo.

5.1 La formación en el campo de la comunicación participativa

Como hemos visto, en el campo de la comunicación participativa, como en todos los campos, existen luchas de poder, en el que juegan varios capitales, en el que existen dominantes, sucesores y dominados, y, por ende, en el que se presentan continuas tensiones y presiones del entorno. Todo lo anterior implica que un campo académico como éste es un escenario de luchas de poder al interior de Facultades, Escuelas y Universidades. Esas luchas generan tensiones o provocan tensiones. Éstas son las contradicciones y, en ocasiones, confrontaciones que se presentan entre dominantes y dominados, entre los intereses de unos y otros, algunos con la perspectiva de preservar un determinado orden y otros con el ánimo de subvertir ese orden y construir uno nuevo

Esas luchas de poder se manifiestan en los habitus. Como vimos arriba, el habitus se expresa en la oralidad, en las relaciones entre pares y no pares, y hasta en el mismo cuerpo, como en la postura de alguno de los elementos de la estructura física. Los hábitos son las prácticas sociales, que son, de un lado, producto de la reproducción de una

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

estructura, y de otro, la base de nuevas reproducciones.

Como ya vimos, en el habitus es donde se produce y reproduce la cultura. Martín Barbero concibe a la cultura como “el espacio de producción y reproducción del sentido de lo social” (2005, p. 133). Esa reproducción y producción al mismo tiempo es un proceso de interculturalidad. La interculturalidad se presenta en las prácticas de la formación académica y en la investigación.

Cuando hablamos de subcampo o campo educativo, estamos refiriéndonos a un espacio de poder en el cual los agentes (profesores, estudiantes y administrativos) cumplen un papel determinado. Es un espacio en el que existen tensiones (conflictos y desacuerdos internos), luchas de capitales (sociales, culturales, económicos), y presiones (de afuera del campo hacia adentro). Todo lo anterior incide en los procesos de enseñanza – aprendizaje.

El campo o subcampo de la educación es un espacio estructurado en el cual participa el Estado, las universidades, las ideologías institucionales, pero también es donde se desarrollan espacios de enseñanza y aprendizaje, donde los docentes y los estudiantes co-construyen sentidos y significados. El campo educativo es, entonces, un espacio estructurado, pero que al tiempo, es un espacio de construcción y de práctica.

Bourdieu sostiene que la estructura es un orden cultural construido (Bourdieu (2011). Ese orden es una lógica institucional o una “bisagra” sociocultural, como la llama Ávila (2005). Esa lógica o “bisagra” es construida por los agentes educativos y por las mismas instituciones. Y lo que se pretende es que ese orden establecido se convierta en una disposición subjetiva, y esta disposición se hace palpable en los habitus de los participantes de un proceso educativo.

En el proceso educativo hay prácticas educativas que tienen como fin la interiorización de ese orden cultural, por eso se habla de que la enseñanza busca la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

reproducción cultural. No decimos que en ellas no pueda existir creatividad, sensibilidad, interaprendizaje y expresividad. Lo que decimos es que los actos educativos tienen como función la creación de habitus, que es la incorporación de un cierto orden en el propio cuerpo, entonces por esta razón hay que entender cuál es el sentido que se expresa en dichos actos.

Daniel Prieto (1999) hablaba así de ese sentido educativo:

El sentido de la práctica educativa no suele ser transparente para quienes están inmersos en ella. Y el sentido pasa siempre por lo que se hace y por lo que sostiene conceptualmente ese hacer (p. 19)

Entonces el sentido de los hechos educativos tiene una parte de práctica y otra de conceptos. El sentido se alcanza en el subcampo educativo a través de las relaciones humanas, entre los docentes, entre éstos y los estudiantes, y entre las directivas y los docentes. Y en esas relaciones se ponen en juego estrategias pedagógicas y de aprendizaje, que son la parte práctica, y unos capitales académicos, que es la parte conceptual.

La formación en el campo de la comunicación participativa en el continente es aún muy escasa dentro del gran campo de la comunicación. Sin embargo, esta perspectiva de la comunicación es la única que explícitamente asume lo público como un espacio por construir desde los sectores populares y alternativos. Esa opción política y educomunicativa es muy importante para el fortalecimiento de las democracias latinoamericanas y para la construcción de unas ciudadanías activas y decisorias sobre sus territorios.

Como hemos visto a lo largo de esta investigación, este campo académico se ha construido desde las prácticas comunicativas participativas y transformadoras que han emprendido una gran cantidad de colectivos, organizaciones y movimientos sociales del

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

continente, y desde un pensamiento epistemológico muy propio, que nace de la conceptualización de esas prácticas y los saberes de los mismos sectores populares.

Por eso también es muy importante conocer si el sentido de la formación en este campo incorpora como capital académico, los saberes sociales, populares y/o ancestrales. Es decir, es relevante conocer cómo se constituyen o no esos diálogos entre los diferentes saberes en las prácticas educativas.

Así, en este capítulo analizaremos la formación en este campo para conocer y comprender cómo los sujetos educativos han ido construyendo el campo de la comunicación participativa y cómo le han ido dando sentido a las prácticas educativas. Eso quiere decir que en este ensayo estudiaremos cuáles son las prácticas y las mediaciones pedagógicas más recurrentes, cuáles son los capitales académicos y los saberes en juego, y cómo las universidades y los programas de posgrado, involucrados en este campo, construyen estrategias de reproducción cultural.

5.2 Metodología

El estudio sobre la formación en comunicación participativa en América Latina se desarrolló desde el enfoque de la etnografía crítica y de corte cualitativo y cuantitativo.

Asumimos la etnografía crítica porque, como ya se dijo, es un enfoque que pretende comprender los procesos culturales con la intención de generar cambios sociales, para evidenciar estructuras sociales dominantes (Valdez, 2013). En este enfoque el investigador se involucra mucho más que en la etnografía tradicional.

En este caso, he hecho parte de dos de las maestrías estudiadas y estoy comprometido con la búsqueda de la transformación desde la educación.

En cuanto al estudio cuantitativo, se realizó el análisis de contenido de los documentos epistemológicos y de las páginas web de doce posgrados latinoamericanos que forman en este campo de la comunicación (Véase Anexo 4). Los nombres de los

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

posgrados aparecen en el primer capítulo, en el apartado de “Metodología” y se hablará sobre ellos a lo largo de este capítulo.

Se tomaron en cuenta estos posgrados porque en este momento se encuentran vigentes y porque hacen parte de la red Redecambio, que agrupa a los posgrados de este campo en el mundo. No se tomaron en cuenta los programas de pregrado porque como vimos en el capítulo dos de esta investigación, estos programas se encuentran dispersos en el continente.

En lo que hace a lo cualitativo, se realizaron 35 entrevistas estructuradas a partícipes de estos posgrados latinoamericanos, así: 10 entrevistas a profesores, diez estudiantes y 14 egresados (Véase Anexo 2). Algunas de las preguntas son las mismas para todos los entrevistados y otras cambian, dependiendo del rol que desempeñan en el proceso educativo. Estos agentes educativos hacen parte o hicieron parte de cinco de los posgrados estudiados.

5.3 La situación actual de la universidad en el mundo y en América Latina

La universidad ha ido cambiando paulatinamente su rol ante la sociedad. Por mucho tiempo –quizás desde la edad media o desde antes- la universidad se convirtió en el centro del conocimiento, el lugar en el cual se socializaba el conocimiento y se producía el conocimiento científico. De tal forma que acceder a la universidad era acceder al conocimiento.

El término universidad viene de la expresión latina *universitas magistrorum et scholarium*, que más o menos significa que es una comunidad de académicos y estudiantes o también es la formación en un universo de conocimientos. Eso implica que la universidad nació como un espacio de formación y de investigación en las que se comparte el conocimiento.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Hoy la universidad está pasando por varias crisis. Boaventura de Sousa Santos (2007) sostiene que hay tres crisis de las instituciones universitarias: una crisis de hegemonía, una crisis de legitimidad y una crisis institucional.

La primera crisis es de hegemonía. A la universidad se le asignó la formación de las élites, y esto se venía cumpliendo desde la edad media europea hasta mediados del siglo XX. Por eso se formaba en la alta cultura, en la producción de conocimientos científicos y humanistas, y en el pensamiento crítico; e igualmente se formaba para el capital, a través de la capacitación de la mano de obra calificada.

Hacia los años 80 y 90 del siglo XX, el Estado y la empresa privada vieron que la sociedad se estaba formando en una escala mayor y decidieron crear otros espacios de formación diferentes a los universitarios. Por eso nacieron diferentes instituciones de formación no universitaria enfocados a la formación para el trabajo. Eso hizo evidente que la universidad dejó de ser hegemónica en cuanto a la formación.

La segunda crisis es de legitimidad. Hay crisis porque se han jerarquizado los saberes, a través de la restricción de acceso y certificación, y la sociedad está pidiendo mayor democratización de la universidad e igualdad de oportunidades.

La tercera crisis es institucional. Hay, por un lado, un creciente interés en la autonomía universitaria, y por otro lado, una creciente presión por someter a la universidad a criterios de eficiencia y productividad.

Lo cierto es que se mercantilizó la universidad como resultado de estas crisis. Inicialmente, en la primera década del 90, se expande el mercado universitario, y luego, en el resto de la década, emerge el mercado transnacional de la educación, que aún hoy continúa.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Lo anterior generó dos consecuencias en este siglo XXI: la disminución de la inversión del Estado en las universidades públicas y la globalización mercantil de la universidad. Esta lógica mercantil de la universidad la indujo a conseguir recursos propios, especialmente en alianza con el capital industrial. Y esa misma lógica fue el germen de la eliminación paulatina de la diferencia entre universidad pública y privada, dado que ambas deben ser rentables económicamente.

La universidad se convirtió en una empresa que no solo produce para el mercado, sino que en sí misma es mercado. La universidad es un mercado de planes de estudio, de diplomas, de formación de docentes, de evaluación de docentes y estudiantes. Ese mercado educativo es global para maximizar su rentabilidad. Hay dos elementos claves en esta nueva “universidad”: la economía basada en el conocimiento, que no es otra cosa que el capital humano con condiciones de creatividad, y lo otro es la sociedad de la información.

En América Latina la situación es muy similar a la del resto del mundo, tal vez la única diferencia es la ola reformista que nos ha caracterizado, pero la esencia es la misma. José Joaquín Bruner (2007) sostiene que hay cuatro valores básicos de la universidad latinoamericana: igualdad, autonomía, excelencia y libertad. Esos valores se han ido transformando en esta época contemporánea.

Por ejemplo, frente al valor de la igualdad – de acceso, de tratamiento y de resultados- hoy se asume el valor de la selección. La igualdad se adquiere con la excelencia, o sea solo pueden acceder a la universidad aquellos que cuenten con condiciones de excelencia. Hay entonces igualdad en la excelencia, no igualdad en el acceso.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En cuanto al valor de la autonomía, hoy se esgrime el valor de la responsabilidad. Eso significa que la autonomía está condicionada por la responsabilidad de la protección del interés público y el derecho de la universidad a autogobernarse. Entonces la universidad valora la autonomía como lealtad hacia sus políticas y directrices y como responsabilidad frente a su quehacer como bien público.

La excelencia se está asumiendo por la universidad contemporánea latinoamericana como compromiso, pero especialmente como eficiencia. Es decir, solo se alcanza la eficiencia si se es productivo cognitiva y económicamente. Aquí se retoma el modelo mercantil de la universidad, solo que la excelencia debe convertirse en un producto del mercado, si no es así, pierde su condición

Y frente al valor de la libertad, tan importante para el desarrollo universitario, se oponen nociones como de pluralismo limitado o crítica positiva. Esas nociones tienen también que ver con una cierta lealtad a la institución universitaria y hacia los intereses institucionales. Es algo así como una libertad condicionada.

Ahora, en el campo universitario también hay una constante lucha por el poder académico y por el prestigio intelectual, en el que se ponen en juego una serie de capitales, especialmente académicos pero también de orden institucional (Bourdieu, 2008). Hay constantes conflictos entre disciplinas, facultades y departamentos por lograr horarios, recursos económicos, cupos de profesores, reconocimiento institucional, etc. Todas estas luchas tienen que ver con esa estructura universitaria contemporánea que se basa en la lógica mercantil y con la necesidad humana de reconocimiento.

Por todo lo anterior resulta cuando menos sorprendente que en América Latina haya surgido y se haya desarrollado académicamente la formación en este campo de la comunicación participativa desde finales del siglo XX y especialmente en el presente siglo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

a través de programas de posgrado. Si los pregrados hoy tienen una función meramente profesionalizante, los posgrados en su mayoría son la extensión de los pregrados. En muchos de ellos hay producción académica y no solo reproducción de saberes.

Como lo hemos hecho notorio en este recorrido, la educación de hoy es una educación que busca el lucro y no una educación incluyente. La formación en el campo de la comunicación participativa entraría en lo que Martha Nussbaum llama, “la educación para la ciudadanía democrática” (2016). Esa educación es una que tiene como fundamentos el pensamiento crítico – para que los ciudadanos participen en la deliberación pública-, la capacidad de verse a sí mismo como miembro de un territorio y de un conglomerado cultural – que implica la comprensión mínima del mundo y de su propia historia -, y la imaginación narrativa – la capacidad de comprensión de las diferentes realidades y de las dinámicas sociales, culturales, políticas y sociales de los sujetos-.

La formación en el campo de la comunicación participativa, como parte de esa educación para la ciudadanía democrática, vive o sobrevive en medio de una estructura mercantil, dándole sentido a las prácticas educativas y co-construyendo permanente el mismo campo.

5.4 La formación en el campo

En este apartado se analizan tres relaciones fundamentales: a) las relaciones entre la ideología institucional y las culturas académicas del campo; b) las relaciones entre el capital académico y los hábitos comunicacionales; y c) las relaciones entre el capital académico y las prácticas de enseñanza y aprendizaje.

5.4.1 Relaciones entre la ideología institucional y las culturas académicas del campo

Como ya los señalamos en el apartado metodológico, son once los posgrados de este campo de la comunicación participativa en América Latina que están vigentes y que son objeto de estudio de esta investigación.

Dos de estos posgrados, la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social y la Maestría en Comunicación – Educación en la Cultura, hacen parte de Uniminuto, Corporación Universitaria Minuto de Dios de Colombia. Este es una institución universitaria que ya cuenta con más de 27 años de vida y que tiene como misión “Ofrecer educación superior de alta calidad y pertinente con opción preferencial para quienes no tienen oportunidades de acceder a ella, a través de un modelo innovador, integral y flexible” (). Es una institución que posee como propósito ofrecer un modelo educativo, basado en la praxeología, que pretende formar profesionales y seres humanos comprometidos con la transformación social y el desarrollo sostenible.

La primera Maestría creada en esta institución universitaria fue la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Esta Maestría tiene el siguiente objetivo:

La Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de UNIMINUTO se propone formar agentes sociales con capacidad crítica y conocimiento de la realidad nacional e internacional, con competencias para participar y liderar- tanto en Colombia como en América Latina - procesos de comunicación en los cuales se propenda por el desarrollo humano, social, integral y sostenible (Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, Uniminuto).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Esta Maestría pretende formar personas idóneas para interactuar con diferentes interlocutores, no sólo académicos, y emprender planes y programas de comunicación que beneficien a la sociedad en sus diferentes ámbitos.

Y la segunda Maestría de esta universidad incluida en este campo es la Maestría en Comunicación – Educación en la Cultura, que pretende lo siguiente:

El Programa propone el reconocimiento de una realidad multicultural, caracterizada, a su vez, por contextos de inequidad, desigualdad y movilidad social, los cuales exigen una comunicación dialogal en los procesos con comunidades diversas de Colombia y América Latina (Abya Yala) (Maestría en Comunicación – Educación en la Cultura, Uniminuto).

Esta Maestría toma partido a favor de la interculturalidad como un proceso político en el cual hay diferencias que se hacen visibles en la manera como “habitan” en los conflictos, y en las formas de existencia y de re-existencia. En suma, se asume la interculturalidad como un proyecto de sociedad desde la comunicación y la educación en la cultura.

Como se puede observar, los dos posgrados poseen una gran cercanía ideológica con la misión de la universidad. En primer lugar, los dos posgrados hacen una apuesta por la sociedad y especialmente por los sectores excluidos del país, pero a la vez, en segundo lugar, promueven la transformación de la misma y el reconocimiento de los actores sociales y de sus formas de comunicarse y de construirse como sujetos políticos. La universidad también busca contribuir a esa transformación y a la construcción de una sociedad fraterna, reconciliada y en paz.

Todos los profesores entrevistados que hacen parte de estos dos programas están de acuerdo en la alta valoración que le otorga la universidad a estos programas de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

posgrado, básicamente porque su misionalidad está muy relacionada con los propósitos de los programas de Maestría. Sin embargo, hay algunos docentes, como Andrés Castiblanco y Germán Muñoz, que sostienen que la universidad no ha comprendido del todo el énfasis de uno de estos posgrados en el pensamiento desde el Sur.

De igual manera, la totalidad de los egresados de la Maestría en Comunicación – Educación en la Cultura señalan que la universidad ha valorado a esta Maestría por su rigurosidad académica y por su énfasis en la perspectiva decolonial.

Los egresados de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, en cambio, como Omar Fernández, María Ilse Hernández y María Teresa Muñoz, afirman que al principio se percibió un total alineamiento entre los objetivos institucionales y los de los programas, pero luego primó más la formación profesionalizante y acrítica.

Otro posgrado colombiano que se encuentra inmerso en este campo es la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la Universidad Santo Tomás. Esta universidad es una de las antiguas del país y tiene como misión:

La Misión de la Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista y cristiano de Santo Tomás de Aquino, consiste en promover la formación integral de las personas en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza, aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a las problemáticas y necesidades de la sociedad (Universidad Santo Tomás).

Esta misión se acerca mucho a la búsqueda académica de la Maestría: “Contribuir al debate (metodológico y teórico) sobre las prácticas y procesos comunicativos en escenarios de conflicto. Brindar insumos conceptuales y teóricos para proveer respuestas

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

prácticas en contextos particulares, donde el comunicador e investigador sea un mediador social” (Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, USTA). En este objetivo, hay un componente que no aparece en la misionalidad de la Universidad, pero está en la de la Facultad de la que hace parte, y es el énfasis en el tema del conflicto colombiano. En esta Maestría al conflicto armado en Colombia como la mayor problemática del país y la búsqueda de la paz como la búsqueda prioritaria en términos académicos y políticos.

Los profesores entrevistados encuentran total coherencia entre las búsquedas institucionales y las de la Maestría. Sostienen que la Universidad Santo Tomás de Aquino reconoce el valor académico y social de la Maestría, de hecho, con este programa de posgrado la universidad está cumpliendo con la misión institucional. Lo mismo piensan los estudiantes. Según ellos, la Maestría y la Universidad le apuestan a un proyecto comunicativo para la paz y la reconciliación en Colombia.

Esas percepciones ponen de presente la enorme coherencia entre los objetivos institucionales y los de la Maestría.

En Colombia existe otro posgrado más que también se encuentra en este campo: la Maestría en Comunicación de la Universidad del Norte. Esta universidad tiene como misión la formación integral de las personas y contribuir al desarrollo armónico de las personas del caribe colombiano. Es una universidad privada, ubicada en la parte norte del país, que fundamentalmente busca formar ética y responsablemente a estas personas de esta región del país en el conocimiento científico y respondiendo a las necesidades sociales de la región.

La Maestría en Comunicación de la Universidad del Norte tiene el siguiente objetivo:

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Busca proporcionar herramientas conceptuales y metodológicas sólidas, que permitan no sólo la posibilidad de generar investigación teórica que propicie una mirada crítica y reflexiva del rol de la comunicación en los distintos contextos culturales, sino que también propenda por la utilización de la investigación aplicada de los procesos comunicativos para que contribuya al cambio social (Maestría en Comunicación, Universidad del Norte).

Como se nota, tanto la universidad como el programa de posgrado tienen la misma mira: la formación científica, pero a la vez, la contribución al desarrollo social y humano de los habitantes del caribe colombiano. Sin embargo, es claro que el programa desea contribuir al cambio social desde la investigación aplicada, y este es un aspecto que la universidad no contempla al menos de manera directa.

Hay cuatro universidades públicas del continente que también apuestan por estudios de Maestría en este campo de la comunicación participativa. Una de ellas es la Universidad Nacional de La Plata, que cuenta con la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicaciones, Plangesco.

La Universidad Nacional de La Plata es una de las universidades más prestigiosas de Argentina y de todo el continente. Es una universidad con más de un siglo de trayectoria académica, es considerada como la segunda de Argentina y una de las mejores 25 de la región. Es una universidad que pretende alejarse del academicismo tradicional e involucrarse en las necesidades y potencialidades de la sociedad y en especial de la ciudad de La Plata.

En esta Universidad hay 170 posgrados, distribuidos en 17 Facultades. Uno de esos posgrados es la Maestría Plangesco, que tiene el siguiente objetivo:

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Formar profesionales capacitados para investigar, planificar y gestionar la comunicación en diferentes prácticas sociales, en instituciones públicas y privadas, tomando en cuenta los procesos comunicacionales propios de las relaciones interpersonales, grupales, intra e interinstitucionales y con la comunidad en general, desarrollando al mismo tiempo investigaciones que contribuyan a la producción de saber en este campo (Maestría en Planificación y Gestión de los Procesos Comunicacionales, PLANGESCO, UNLP).

Esta Maestría fue creada en 1996 y por eso es la más antigua de los posgrados estudiados. Es una Maestría que está dentro de este campo de la comunicación participativa, pero tiene un énfasis en la Planificación y la Gestión comunicacionales, por eso en ella hay elementos prácticos y conceptuales con los que se persigue desarrollar procesos de transformación del territorio y contribuir al desarrollo de las comunidades, organizaciones sociales, y ámbitos públicos y privados desde una perspectiva latinoamericana de la comunicación.

Es una maestría muy particular porque nació de la convergencia de intereses de la misma Facultad de Periodismo y Comunicación Social, de la que hace parte, y de organizaciones de comunicación popular, alternativa o para el cambio social. Es decir, su nacimiento no es meramente académico sino que responde a necesidades sociales del territorio.

Los estudiantes entrevistados consideran que la Universidad Nacional de La Plata valora la Maestría, pero creen que incluso se debiera valorarse aún más porque hacer parte de ella es “una experiencia de vida”, como lo afirmó Nury Rojas. Los egresados también ven a la Maestría de Plangesco como una “insignia de la universidad”, como lo expresó Fernando Flórez. Para todos estos miembros de la comunidad universitaria del

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

programa, esta Maestría no solo tiene una apuesta académica sino también política, que es congruente con las mismas apuestas de la universidad.

Otra universidad pública que posee una maestría en este campo es la Universidad Nacional del Este, de Paraguay. Esta Universidad nació en el año de 1993 en la zona de las Tres Fronteras y tiene como misión la “formación de calidad en docencia; investigación para la innovación y el desarrollo sostenible, la extensión con responsabilidad social en un entorno multicultural e intercultural, preservando la identidad nacional” (Universidad Nacional del Este).

En esta universidad nació, en la segunda década de dos mil, la Maestría en Comunicación para el Desarrollo, con énfasis en “Desarrollo y Cambio Social” y en “Periodismo”. A diferencia de otras Maestrías en el campo de la comunicación participativa, esta Maestría no hace parte de alguna Facultad académica sino de la Escuela de Posgrados.

El objetivo de esta Maestría en Comunicación para el Desarrollo es el siguiente:

El objetivo general de la maestría es desarrollar una nueva especialidad aplicada de las Ciencias de la Comunicación, que incluye entre las competencias del profesional formado, el diseño, planificación y ejecución de estrategias de comunicación en apoyo al desarrollo y cambio social (Maestría en Comunicación para el Desarrollo, UNE).

En general esta Maestría busca identificar necesidades comunicacionales de la población y formular estrategias de comunicación para satisfacerlas. Por eso es muy importante para este posgrado formar para la construcción de procesos comunicacionales y de información que permitan el protagonismo informado y organizado de la población en

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

las decisiones que afectan su destino, como parte de la democracia representativa, participativa y pluralista.

La Universidad Nacional del Este tiene un interés especial en la comprensión de los fenómenos de interculturalidad, por el sitio en el que se encuentra, y la Maestría se enfoca en la planeación del desarrollo y en la comprensión de las dinámicas de las migraciones, por tanto hay una cercanía entre los propósitos institucionales y los del programa.

La tercera universidad pública que cuenta con un posgrado en este campo es la Universidad Andina Simón Bolívar, con sede en Bolivia.

La Universidad Andina Simón Bolívar, UASB, fue creada en 1985 y su Estatuto Orgánico fue establecido en 1987 por el Parlamento Andino. La Universidad Andina se ve a sí misma como un espacio de integración e integración de los pueblos andinos. Es una universidad básicamente de formación posgradual y en Bolivia hace parte del conglomerado de universidades públicas.

Esta universidad busca, especialmente, contribuir a la solución de los problemas de esta región del continente, mediante la investigación y la formación posgradual, y la cooperación entre las universidades de la comunidad andina, para a la vez fortalecer los lazos de integración de la comunidad andina.

En esta Universidad se presenta la Maestría en Comunicación Estratégica, que tiene el siguiente objetivo:

Proporcionar herramientas teórico-prácticas para la integración y gestión de la Comunicación en procesos de desarrollo empresarial y social, cambio social, diálogo y negociación (Maestría en Comunicación Estratégica, UASB).

Hay que aclarar que la mayoría de las Maestrías en Comunicación estratégica del continente no hacen parte de este campo porque están concentradas en la comunicación

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

interna y externa de las empresas. Esta Maestría, en cambio, tiene como centro de atención la gestión estratégica de la comunicación desde la perspectiva del buen vivir y de la comunicación y el cambio social.

Tanto la Universidad Andina Simón Bolívar como la Maestría tienen claro su papel en la integración regional, sólo que la Maestría en Comunicación Estratégica lo hace desde las estrategias dialógicas y la formación en las capacidades investigativas de los participantes.

Y la cuarta universidad pública que cuenta con un posgrado en este campo es la Universidad de Costa Rica. Esta es una universidad de tradición en Centroamérica. Nació en 1940 y es considerada una de los centros de educación superior de Centroamérica. Es una universidad autónoma que se ha dedicado a cumplir cabalmente sus funciones de docencia, investigación y proyección social, pero también a la meditación, la creación artística y a la difusión del conocimiento (Universidad de Costa Rica).

Uno de los grandes propósitos de la Universidad es promover las transformaciones que la sociedad necesita para el bien común, en la lucha por la justicia social, el desarrollo, la libertad y la independencia del pueblo costarricense.

En esta Universidad nace en el año 2010 la Maestría en Comunicación y Desarrollo. Esta Maestría tiene el siguiente objetivo formativo:

La Maestría Académica en Comunicación y Desarrollo de la Universidad de Costa Rica se concibe como un espacio académico de estudio, reflexión y acción para el cambio social en el entorno nacional y regional (centro y latinoamericano) (Maestría en Comunicación y Desarrollo, UCR).

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Esta Maestría en Comunicación y Desarrollo pretende que los estudiantes reflexionen de manera crítica y propositiva sobre la realidad social desde la perspectiva de la comunicación y el desarrollo, analizar los procesos comunicacionales para promover alternativas y planificar procesos comunicativos en diferentes espacios comunicativos.

Tanto al Universidad como la Maestría hacen una gran crítica al desarrollismo occidental, y muy específicamente al desarrollo neoliberal. La Maestría se centra en un desarrollo humano sostenible que genere cambios sociales que contribuyan a la calidad de vida de la sociedad.

En la región centroamericana han aparecido en el presente siglo otras dos maestrías más inmersas en este campo: la Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación, de la UCA del Salvador y la Maestría en Comunicación y Cambio Social, de la Universidad Iberoamericana de Puebla.

La Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas del Salvador tiene el siguiente objetivo:

Este programa de Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación pretende incidir universitariamente en la realidad comunicacional y cultural del país a través de la formación especializada de profesionales, la investigación interdisciplinaria, y las acciones de proyección social que contribuyan al desarrollo integral, y la vigencia del derecho a la información y comunicación en El Salvador (Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación, UCA).

Es un programa posgradual que está muy centrado en la comprensión de las relaciones entre la comunicación y la cultura del Salvador y la democratización de la comunicación, especialmente a partir de los acuerdos de paz de 1992.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Esta Universidad tiene un origen católico, de la Compañía de Jesús. Nació hacia el año 1965 y era una universidad claramente de élite que quiso hacerle contrapeso a la Universidad del Salvador. Desde su nacimiento hasta hoy esta universidad se ha puesto al servicio del pueblo salvadoreño y centroamericano para contribuir a la transformación social a través de la investigación, la docencia y la proyección social.

La UCA, como se le conoce, supone que puede contribuir a consolidar nuevos modos de comportamiento humano y convivencial “fundamentados en la justicia y la solidaridad con los pobres, la defensa de los derechos humanos y el bien común” (Universidad Centroamericana José Simeón Cañas).

Aquí se encuentra una relación entre la universidad y la Maestría: la búsqueda de la transformación social y el fortalecimiento de la democracia y la justicia.

Los profesores entrevistados sostienen que la Maestría es un programa con buen posicionamiento dentro de la Universidad, pero no se valora las implicaciones de la gestión de la comunicación dentro de la misma universidad.

La gran mayoría de los estudiantes entrevistados, como Alexandra Guerra y Roxana Guzmán, Mónica Mejía y Gabriela Carias están convencidos de la importancia que le concede la universidad a la Maestría, y lo están porque han notado cómo la universidad valora los líderes que han surgido de este posgrado. Hay unos pocos estudiantes, como Ana Sotelo y Claudia Meyer, que sostienen que la universidad no le concede mayor importancia al posgrado, por concentrarse en lo económico y en lo administrativo. La egresada Dalia Chávez también piensa que la valoración de la universidad a esta Maestría es bastante alta.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La tercera maestría centroamericana inmersa en este campo de la comunicación participativa es la Maestría en Comunicación y Cambio Social de la Universidad Iberoamericana de Puebla.

La Ibero de Puebla es también, como la anterior, una universidad católica, jesuita, que busca generar conocimiento sustentado en la excelencia académica. Nació en 1983 y es considerada una de las instituciones más emblemáticas del sur de México. Supone que con su trabajo académico puede enfrentar las diversas formas de desigualdad y exclusión y promover un desarrollo sostenible, participando en la construcción de una sociedad más justa y solidaria.

En esta Universidad nace en el año 2014 la Maestría en Comunicación y Cambio Social, con el siguiente objetivo:

El programa de Maestría en Comunicación y Cambio Social pretende generar procesos de intervención centrados en las dinámicas comunicativas de comunidades, organizaciones e instituciones con miras a la transformación social. Asimismo, busca gestionar proyectos de comunicación enfocados a la participación y el diálogo ciudadano que fomenten y mantengan redes de comunicación e interacción entre sus participantes para dar sustentabilidad a proyectos de largo plazo (Maestría en Comunicación y Cambio Social, Ibero Puebla).

Es una Maestría muy centrada en el diálogo intercultural y la búsqueda de la participación de los diferentes actores de la región en la construcción de unas nuevas ciudadanía más activas para el cambio social, además, busca que los estudiantes se conviertan en facilitadores de procesos en los que las comunidades participan activamente.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La búsqueda de la igualdad y la inclusión que tiene la Universidad, se concreta en la Maestría en Comunicación y Cambio Social, que promueve la participación y la construcción de ciudadanías activas a través del diálogo comunicativo.

Otra universidad católica, como es la Universidad Católica Andrés Bello, UCAB, de Venezuela también cuenta con un posgrado en este campo. Esta universidad, al igual que las dos anteriores, es jesuita y fue creada en 1953. Es una universidad que pretende convertirse en un espacio de innovación educativa y excelencia profesional.

La UCAB cuenta con una Maestría en este campo: la Maestría en Comunicación Social: opción Comunicación para el Desarrollo Social, que tiene como objetivo lo siguiente:

Formar profesionales de cuarto nivel capaces de asumir la gestión, el desenvolvimiento y el liderazgo aplicados hacia el desarrollo y mejoramiento de las organizaciones que tengan que ver con el uso de los medios. Además, desarrollar y profundizar, desde una perspectiva comunicacional y cultural, el estudio de los medios y los procesos comunicacionales-culturales con el sentido de responder a las solicitudes que la sociedad hace en el presente (Maestría en Comunicación Social, UCAB).

Esta Maestría está muy enfocada a la planificación de procesos de comunicación social y de relaciones interpersonales dirigidos al desarrollo social, al igual que a la elaboración de productos comunicacionales adecuados al desarrollo social.

Esta es una Maestría de corte profesionalizante, que forma desde la comunicación para promover el desarrollo humano y el desarrollo sostenible.

Otra universidad de corte religioso, pero cristiano, que posee un posgrado o una línea del posgrado en este campo es la Universidad Metodista de Sao Pablo, en Brasil.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Esta Universidad también cuenta con una gran trayectoria porque data de 1938, primero como instituto de educación superior, y ya en 1997 como universidad.

Esta universidad supone que la educación no es el fin último, sino la construcción de sabiduría para la construcción correcta de su vida en este mundo contemporáneo. La educación es un vehículo de Dios, pero a la vez, es un espacio de cuestionamiento, en la búsqueda de la verdad.

En esta universidad nació en 1978 la Maestría en Comunicación y en 1995 el doctorado en Comunicación Social. El objetivo de este posgrado es el siguiente:

El objetivo principal del Posgrado en Comunicación es capacitar a maestros, investigadores y profesionales altamente calificados para trabajar en el área de Comunicación Social en empresas públicas o privadas, instituciones de educación superior y organizaciones no gubernamentales (ONG) (Master y Doctorado en Comunicación Social, Universidad Metodista de Sao Pablo).

Tanto en la Maestría como en el Doctorado de Comunicación Social hay una perspectiva que lleva por nombre “Comunicación para la Transformación Social”, que promueve el estudio de los procesos de comunicación popular, comunitaria y alternativa o comunicación para la ciudadanía.

En la Maestría y el Doctorado, y especialmente en esta perspectiva se hacen estudios que se enfocan en los aspectos participativos, en la comprensión de las culturas populares, las políticas públicas, el empoderamiento social y el ejercicio de las ciudadanías en los territorios.

Como lo hemos visto en este recorrido académico, hay cuatro universidades públicas que poseen posgrados en este campo, las otras siete son universidades privadas: seis son de carácter religioso y sólo una de carácter laico. En total son once universidades en las que operan doce posgrados en el campo de la comunicación participativa en el continente.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Más allá de estas diferencias en el tipo de universidad en el que nacen y se desarrollan estas Maestrías en el continente, es evidente que hay una relación muy cercana entre la ideología de las instituciones de educación superior de las que hacen parte estos posgrados y las culturas académicas de las mismas Maestrías.

Es un hecho que las universidades de corte religioso poseen un fuerte énfasis en la formación espiritual, pero también hay un apuesta por la democracia, la formación ciudadana, la transformación de la realidad de cada uno de los países o del continente, la formación humana, y por contribuir a cerrar las brechas de la desigualdad, la inequidad y la exclusión social, cultural y política, y es ahí donde las Maestrías estudiadas cumplen un papel esencial.

También es de todos sabido que las universidades públicas poseen una impronta social. En los casos estudiados, las universidades públicas desarrollan investigación, docencia y proyección social como una búsqueda de justicia social, para contribuir al desarrollo humano, la libertad de pensamiento y de acción, las relaciones de interculturalidad y de integralidad. Y es ahí también donde se encuentran con las Maestrías del campo porque ellas están persiguiendo, a través de la gestión y la planificación, la transformación de las realidades, en pro del bien común.

5.4.2 Relaciones entre el capital académico y los hábitos comunicacionales

Pierre Bourdeau habla de que en cualquier campo hay tres tipos de capitales: social, económico y cultural (2011). El capital social se refiere a las relaciones que se establecen en un campo, el capital económico tiene que ver con los recursos económicos con los que cuentan algunos agentes en ese mismo campo, y el capital cultural son los recursos culturales – titulaciones, reconocimientos, etc.- con los que se juega en el campo académico.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En algunos textos Bourdieu se refiere a otro capital: el capital simbólico (2008). El capital simbólico es aquel capital que termina siendo fundamental para el juego de poder en un campo. Incluso el capital social, económico o cultural, pudiese ser también un capital simbólico. Lo simbólico corresponde a la importancia que le conceden los actores académicos y sociales a uno de sus capitales.

En esta investigación hemos querido llamar al bagaje conceptual y teórico que poseen estos posgrados analizados como capital académico. Este es un capital simbólico y cognitivo que no es igual para todos los posgrados, sino que varía dependiendo de sus intereses y de los capitales culturales en juego. El capital académico toma en cuenta los elementos epistemológicos del campo – sobre los cuales ya hablamos en el tercer capítulo de este trabajo- y los circula en el campo o subcampo de la educación. Entonces el capital académico nace de la cultura académica existente entre los miembros de un programa educativo, como los posgrados latinoamericanos estudiados.

Al hacer el análisis de los elementos epistemológicos de los posgrados, encontramos lo siguiente:

En primer lugar, en nueve de las doce Maestrías estudiadas, que hacen parte del campo de la comunicación participativa, la relación Comunicación, Desarrollo y Cambio Social es una concepción dominante (Véase la Figura 8). Eso significa que el 75 por ciento de los posgrados del campo en el continente adoptan esta concepción como el principal parámetro académico y de acción.

Como yo lo vimos en el capítulo epistemológico, la comunicación para el cambio social es según Alfonso Gumucio es una comunicación que recupera el diálogo y la participación como ejes centrales de la acción, amplifica las voces negadas o excluidas y busca potenciar su presencia en la escena pública (Gumucio, 2004). Pero la concepción dominante en la formación en comunicación participativa, incluye el término desarrollo. Lo que está en juego entonces es la comunicación como un proceso participativo que

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

persigue la transformación de las realidades en pro de un desarrollo en el que el ser humano y los demás seres vivos son el centro de la acción.

Lo más importante en esta concepción son los procesos de diálogo, la participación comunicativa y el reconocimiento de las diferentes voces y realidades en las que tienen lugar las dinámicas sociales. Por eso, se habla de que ésta es una comunicación horizontal y dialógica que persigue la transformación social desde la participación de los mismos sujetos comunicativos.

Esta relación entre la Comunicación, el Desarrollo y el Cambio Social es crítica del desarrollismo y de la comunicación de desarrollo, para el desarrollo o de apoyo al desarrollo y de la difusión de innovaciones, que ya vimos en el capítulo epistemológico.

Esta concepción pudo ser emergente al principio del presente siglo, pero hoy es dominante en los posgrados en comunicación participativa del continente.

Figura 8***CAPITAL ACADÉMICO DE LOS POSGRADOS ESTUDIADOS***



Fuente: Elaboración propia

La segunda concepción más trabajada en estas Maestrías es la Epistemología del Sur. En cinco de los doce posgrados estudiados se cuenta con esta concepción de las ciencias sociales para comprender la realidad latinoamericana. Es una epistemología que tiene su base en la Teoría Crítica y se hace posible en América Latina, desde el Sur geográfico y desde el Sur epistemológico. Ese Sur es aquel que busca emanciparse de la monocultura del saber eurocéntrico y occidental y recuperar e incorporar los diferentes saberes académicos, populares, ancestrales y de los movimientos sociales de esta parte del mundo.

Hay dos elementos que son recogidos en los discursos epistemológicos de estos posgrados estudiados: de un lado, la crítica al capitalismo y al colonialismo., y de otro, la postura a favor de una sociología de las emergencias (De Sousa Santos, 2009). En lo que hace a la crítica, es muy notorio cómo los posgrados asumen la crítica a un neoliberalismo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

que carcome las relaciones sociales, y a un colonialismo patriarcal, étnico, ideológico, de género y político, que no ha permitido la convivencia social y ha naturalizado las diferencias culturales.

En cuanto a la sociología de las emergencias, las Maestrías recogen dos cosas. Una: la apuesta por un presente ampliado, como “lo Todavía No”. Y dos: la mirada acerca de las ecologías de saberes y la traducción intercultural. La ecología de saberes tiene algo de reconocimiento de los saberes populares, ancestrales, sindicales y de los movimientos sociales; y tiene algo de construcción social, como es el diálogo entre estos saberes y los conocimientos científicos (De Sousa Santos, 2010).

Esta sociología de las emergencias recoge muy bien la pretensión de estas Maestrías de la búsqueda de la comprensión de los movimientos sociales y otras formas de acción colectiva desde los procesos comunicativos.

Esta perspectiva no le hace contrapeso a la Comunicación, el Desarrollo y el Cambio Social, como pensamiento dominante en la formación en el campo. Al contrario, la hace posible, tanto desde la crítica como desde la construcción de procesos dialógicos.

En tercer lugar, hay seis concepciones que son tomadas en cuenta en el 30 por ciento de las Maestrías de este campo en el continente.

La primera es la concepción de la cultura desde los estudios culturales latinoamericanos. Autores como Jesús Martín Barbero (1991) y Néstor García Canclini (1990), desde América Latina, pensaron la comunicación desde la cultura. Martín Barbero, por ejemplo, desarrolló el concepto de mediaciones, como ya es conocido. Néstor García Canclini encontró una característica propia de los pueblos latinoamericanos: la hibridez cultural. Los dos trabajaron el tema de la cultura popular, que es uno de los temas centrales de este campo, como vimos en el capítulo epistemológico, y encontraron que estos valores y significaciones no corresponden exclusivamente a los sectores populares

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

sino que ya son parte de otros sectores, dado que todos ellos se han hibridado culturalmente.

La segunda concepción es la comunicación y la ciudadanía. Esta concepción a la vez posee dos acepciones. La primera tiene que ver con una búsqueda, desde la comunicación participativa, de la construcción y constitución de sujetos políticos que transformen la realidad o las realidades que les son adversos. Y la segunda acepción se relaciona con la lucha que los sectores sociales excluidos afrontan para alcanzar sus derechos y para transformar las estructuras de poder que perpetúan las desigualdades sociales.

La tercera concepción que asume el 30 por ciento de los posgrados estudiados es la comunicación educativa. Esta concepción también tiene tres significados distintos. Por un lado, algunos posgrados optan por la perspectiva más cercana a la visión de Mario Kaplún (2002), centrada en los procesos de reflexión y acción, de la mano de la pedagogía crítica de Paulo Frerie, otros por una visión más dirigida al aprendizaje, como la de Daniel Prieto y Francisco Gutiérrez (1994), y otros por una postura más política y de relaciones transversales entre la comunicación y la educación, como de la Jorge Huego (2000).

Cuando se habla de la comunicación educativa en los posgrados, se recurre a esos conceptos como antesala de la comunicación participativa, para el desarrollo y el cambio social. En ninguno de los documentos epistemológicos estudiados se ahonda en estos conceptos, sino que se recurre a ellos para hacer notar que las Maestría reconocen estas corrientes conceptuales porque son un antecedente importante de su propia propuesta.

La cuarta concepción es la del desarrollo humano. Hay dos nociones complementarias que son asumidas por los posgrados estudiados. Una: la visión sobre el desarrollo como un proceso de expansión de las capacidades humanas, desarrollado por

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Amartya Sen (2000). Las capacidades son las opciones que las personas puedan asumir siendo o haciendo. El acceso a los bienes, puede contribuir a la calidad de vida de los ciudadanos. Y dos: la otra noción es la de PNUD que asume los postulados de Sen y agrega el que el individuo es el centro del desarrollo y lo importante está en las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que sea valorada por cada quien y también en la libertad de desarrollar todo el potencial de la vida humana (PNUD, 2016).

En cuatro de los posgrados se habla del desarrollo humano como una búsqueda desde la comunicación, el desarrollo y el cambio social.

La quinta concepción es la comunicación y desarrollo. Esta concepción también tiene dos acepciones. La primera es la noción de la comunicación horizontal y democrática de Luis Ramiro Beltrán (2015), ya desarrollada en el capítulo epistemológico de esta investigación. Y la otra es la que llamamos Comunicación en el desarrollo, que lideran Juan Díaz Bordenave (2008) y Rosa María Alfaro (2006). Esta última noción está muy emparentada con la concepción de Sen del desarrollo como libertad. La comunicación es asumida como un proceso democrático y horizontal en el que el desarrollo es constituido por los mismos actores a través de una dinámica participativa.

Y la sexta concepción son los saberes populares. En cuatro de los posgrados se asumen los saberes populares como saberes con sentido. Es decir, se toman a los saberes ancestrales, campesinos, de los movimientos sociales y de los sectores populares urbanos no sólo como objeto de estudio, sino como procesos culturales en los que se construyeron sentido en el pasado y se sigue haciendo en el presente por parte de los sectores populares. El sentido es un proceso intersubjetivo que se genera en un espacio y tiempo determinado. A ese sentido se le otorga un valor académico en estos posgrados.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Es más que evidente que el reconocimiento de los saberes populares tiene que ver con una apuesta por los movimientos sociales y por el pensamiento decolonial y la sociología de las emergencias de las que hablábamos arriba.

Así las cosas, el capital académico está compuesto por un pensamiento dominante, como el concepto de Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, por uno emergente, como es la Epistemología del Sur, que complementa y concreta esta concepción inicial, optando por los movimientos sociales y por la decolonialidad del saber y del ser, y en varios posgrados asumiendo la opción de la comunicación ciudadana, la noción de cultura de los estudios culturales latinoamericanos, de los saberes populares, y en otros, el desarrollo humano, tomando como referente a la comunicación y el desarrollo y a la comunicación y la educación.

Ahora, ¿cuál es la relación de este capital académico con los habitus de los estudiantes y de los egresados? Ya habíamos anotado que el habitus son las prácticas de reproducción cultural, en el que hay también producción cultural. Una de las funciones de los habitus es “dar cuenta de la unidad de estilo que une las prácticas y los bienes de un agente singular o una clase de agentes” (Bourdieu, 1997, p. 19). El habitus es un principio generador de una postura. Aun así, los habitus son, a la vez, generadores de prácticas distintas y distintivas. Eso significa que los habitus muestran o pueden mostrar una unidad en las prácticas y/o unas diferencias que pueden visibilizar las particularidades de las prácticas. Pero los dos principios de los habitus: la unidad en las prácticas y, a la vez, las diferencias en ellas, son parte de la reproducción social.

En nuestro caso, los estudiantes y los egresados de los programas de posgrado estudiados han construido unos habitus en relación al campo de la comunicación participativa en su proceso formativo. Esos habitus tienen que ver con el capital académico que acabamos de reconocer y con las culturas académicas en juego, pero

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

pueden visibilizar una mirada colectiva unificada sobre el campo y también, pueden hacer notorias unas diferencias, dependiendo del programa de posgrado, de la institución de educación superior de la que hacen o hicieron parte o de la región del continente en la que se encuentra.

Con el objetivo de comprender cómo se relaciona el capital académico y el habitus de los estudiantes y egresados, se les preguntó a unos y otros sobre cuál era la apuesta académica y política de la Maestría que cursaban o ya habían cursado. Las respuestas fueron bien significativas. La idea fue determinar cómo desde la práctica como estudiantes activos que lo son o lo fueron, asumen la búsqueda académica y política de estos programas.

Mauren Villalba, estudiante de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la Universidad Santo Tomás, de Colombia, expresó lo siguiente:

En términos académicos aporta a la consolidación y formación de profesionales con un alto perfil encaminados al trabajo con comunidades. Además, aporta en la creación de conceptos y verificación de hipótesis. En los temas políticos, se enfatiza la importancia de aportar en un crecimiento social.

Nury Rojas, estudiante de la Maestría de Plangesco de la Universidad Nacional de La Plata, de Argentina, asegura lo siguiente acerca de la misión del programa:

En términos académicos aborda a diferentes docentes y expertos latinoamericanos para poder brindar una mirada global y que provenga de voces creíbles en la materia. Está en constante actualización, para poder modernizarse y cambiar con el paso del tiempo, los cambios sociales y tecnológicos, entre otros. A nivel político, es una maestría con una fuerte mirada humanista y alineada con visiones de la llamada "izquierda" latinoamericana.

De igual forma, Rita Santamaría, estudiante de la Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, del

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Salvador, resumiendo lo que piensan sus compañeros entrevistados, asegura que este posgrado le apuesta:

A fortalecer las capacidades en el campo de la comunicación.

A que seamos críticos, analíticos y reflexivos.

A entender que la Gestión de la comunicación tiene relación en todas las áreas del conocimiento.

A algunos de los egresados de estos programas posgraduales estudiados se les hizo la misma pregunta y las respuestas también fueron igualmente significativas.

Por ejemplo, Fernando Flórez, egresado del programa de Plangesco de la UNLP, expresó lo siguiente:

(Se le apuesta) a la transformación de realidades negativas donde el maestrando puede aplicar los conocimientos obtenidos. En términos políticos promueve la planificación y la gestión, pero, apelando al papel del Estado como protagonista de los procesos de transformación.

Delia Chávez, egresada de la Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación, de la UCA del Salvador, expresó lo siguiente ante la misma pregunta:

A ser críticos. Se nos instó a vigilar los posicionamientos oficiales. Además, hay una apuesta por entender la comunicación como una herramienta política muy poderosa, no limitada al ámbito empresarial.

Dos egresadas de la Maestría en Comunicación – Educación en al Cultura, de Uniminuto en Colombia, Sandra Cubillos y Catalina Alfonso, aseguraron lo siguiente:

La maestría le apuesta a la excelencia, a la humanización de la humanidad, a la importancia de generar una agencia política con el fin de accionar y transformar, dejar de lado el pensamiento individualista y generar el colectivo, reconociendo al otro como otro.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En mi opinión, a la construcción y consolidación de un campo que tiene por objeto de estudio lo cultural, y que desde un diálogo de saberes nos posiciona como sujetos políticos críticos y empoderados de nuestro entorno sin dejar de lado lo que existe en la escala mundial, regional y local.

Dos egresados de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio social de Uniminuto en Colombia, María Ilse Andrade y Omar Fernández, respondieron de la siguiente manera:

Pienso que su apuesta es cualificar profesionales vinculados con procesos o escenarios de trabajo con comunidades y procesos de desarrollo humano.

Inicialmente identifiqué de parte de la universidad un interés de aportar a la sociedad con un componente bastante disruptivo, crítico y de incidencia en materia de "cambio social". En ese momento se le otorgaba bastante importancia a un enfoque muy transformador con una alta calidad académica. Pero hubo un cambio al final de nuestra maestría que percibí muy orientado a concentrar la atención en elevar unos estándares "académicos" en sí mismos, en detrimento de la orientación social crítica del programa inicial, tal y como se nos había presentado inicialmente y me parece que se entró en una lógica de sacar muy "buenos" profesionales a partir de una mayor exigencia "académica".

Estos hábitos, expresados oralmente por estudiantes y egresados de los posgrados, ponen en evidencia varias cosas. En primer lugar, hay una relación cercana entre el capital académico y el hábito de los estudiantes y egresados. Es decir, la gran mayoría de los estudiantes y de los egresados comparten la perspectiva académica y política de la Comunicación, el Desarrollo y el Cambio Social porque asumen a este

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

campo como un proceso participativo y transformativo y porque se comparten los elementos esenciales del pensamiento latinoamericano en comunicación.

En segundo lugar, buena parte de los estudiantes y egresados entrevistados tienen muy en cuenta la formación crítica y reflexiva. La crítica y la reflexividad son fundamentales dentro de la comunicación educativa, que es uno de elementos conceptuales del capital académico. El pensamiento crítico no sólo es base de la educación liberadora de Freire (2011), que es la base de la educomunicación, sino también es la base fundamental de la Epistemología del Sur.

En tercer lugar, es visible como uno de los posgrados estudiados, como es la Maestría en Comunicación – Educación en la Cultura se hace distinguible de las demás por la apuesta por la cultura, la interculturalidad y por el diálogo de saberes entre los sujetos. Varios de estos conceptos son propios del capital académico de todos los posgrados, pero es claro que en éste su apuesta es mucho más concreta.

En cuarto lugar, de la misma manera, los posgrados con énfasis en la planificación y la gestión de la comunicación, como Plangesco de la UNLP y la Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación de la UCA se diferencian de los demás por la aplicabilidad del conocimiento adquirido en diferentes escenarios, pero se comparte la visión sobre una comunicación participativa y transformativa, partiendo desde los intereses y culturas de los sectores subalternos.

Y en quinto lugar, otro elemento característico del habitus de los estudiantes y de los egresados es el trabajo con las comunidades. La gran mayoría de los entrevistados sostienen que los están formando o los formaron para trabajar con grupos humanos. Es decir, el trabajo con las comunidades es la parte más práctica del habitus de estos entrevistados. Saben que están siendo formados o fueron formados para construir procesos con comunidades o para acompañar los procesos de esos grupos u organizaciones. Ese es un rasgo característico de los posgrados en este campo.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La diferencia entre un trabajo “con” las comunidades, como lo expresan estudiantes y egresados, y uno “para” esos grupos sociales, es uno de los distintivos de este campo de la comunicación participativa porque es una práctica dialógica de construcción de sentidos colectivos en un territorio común. No es que sea imposible desarrollar procesos comunicativos para las comunidades, pero en esta concepción, la comunicación es pura construcción social y diálogo de saberes.

5.4.3 Relaciones entre el capital académico y las prácticas de enseñanza y aprendizaje

Las prácticas de enseñanza y aprendizaje están determinadas por un contexto histórico, institucional y social. Las prácticas de enseñanza, por ejemplo, pueden tener que ver con la formación de los profesores, con las reglas institucionales o con la regulación estatal. Los procesos de aprendizaje pueden tener que ver con las prácticas de enseñanza, con el interés de los estudiantes y con el contexto en el que se desenvuelven.

En este caso deseamos conocer si hay una incidencia del capital académico en esas prácticas, o si por el contrario, las prácticas de enseñanza y aprendizaje tienen más que ver con otros contextos distintos a los académicos.

Nos interesa conocer cuáles son las mediaciones pedagógicas utilizadas en estos posgrados y los interaprendizajes construidos.

El concepto de mediación pedagógica fue creado por Francisco Gutiérrez y Daniel Prieto Castillo (1993), y en esencia es:

La promoción del aprendizaje en el horizonte de una educación concebida como participación, creatividad, expresividad y relacionalidad (p.2).

Este concepto pone sobre el tapete que existen muchas mediaciones en las prácticas de enseñanza y de aprendizaje pero para que sean pedagógicas es

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

imprescindible que el acto educativo se constituya en un proceso en el que el estudiante construye un sentido acerca de la información recibida. Eso implica que ese acto educativo sea también una práctica comunicativa. La práctica comunicativa es una construcción de sentido colectivo. Así, la comunicación y la educación tienen el mismo fin: la construcción de sentido donde el sujeto se constituye a sí mismo. Las prácticas comunicativas generan aprendizaje y se producen entre al menos dos sujetos que persiguen aprender, y las prácticas pedagógicas se producen entre sujetos que se comunican, generando sentido entre sí.

Ahora, como recuerda Daniel Prieto las palabras del maestro Simón Rodríguez, “Todo aprendizaje es un interaprendizaje” (Prieto, 2006, p. 131). Eso significa que aprendemos con el otro y del otro, lo cual nos dice que el interaprendizaje o el aprendizaje colectivo o colaborativo es propio de la comunidad. La comunidad se constituye a partir un sentido colectivo que nace de los aprendizajes.

Por esta razón le pedimos a los estudiantes, a los egresados y a profesores de estos posgrados cuáles fueron o son las mediaciones y estrategias pedagógicas que se utilizaron en la Maestría que cursa, curso o tiene a su cargo y si se promovió el interaprendizaje, y si fue así, como se hizo?

Hay varios profesores entrevistados que su quehacer se concentra en coadyuvar a la transformación de la realidad, como María Fernanda Peña, de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de Uniminuto en Colombia, quien dice:

Mi gran apuesta es generar transformación desde el salón de clase y de ahí mi interés en trabajar desde las pedagogías sensibles donde el conocimiento no solo se capta y recibe desde lo racional sino desde todo el sentir. El cuerpo cumple un papel protagónico en mis apuestas pedagógicas y a la vez la historia que está guardada en cada uno de esos territorios.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Otros profesores se han centrado más en sus prácticas de enseñanza, como Aura Isabel Mora, de la Maestría en Comunicación – Educación en la Cultura, de Uniminuto en Colombia, quien puntualiza su mediación pedagógica así:

Aula Abierta

lecturas

Debate

En esa misma línea, Sergio Alvarado, de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de Uniminuto, sostiene:

El uso de varios aspectos que Pierre Levy denomina como infraestructura de la cibercultura, son parte decisiva de la pedagogía del seminario que se imparte. Además trabajamos la construcción colectiva mediada por tableros digitales colaborativos, exposiciones participativas y fotografía 360°(complementada con otros recursos multimedia).

Amparo Marroquín, de la Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación, de la UCA del Salvador, siguiendo esta misma línea, sostiene:

La maestría es semipresencial por lo que la tecnología/tecnicidad es una mediación central. Mis clases suelen ser una combinación de tres elementos: lecturas teóricas, material audiovisual que remite a la realidad misma y el diseño de una práctica (de investigación) dentro de cada materia.

Todos estos materiales (medios, tecnologías, lecturas), pueden convertirse en mediaciones pedagógicas. No siempre el uso de materiales genera aprendizajes más significativos, pero aquí hay una búsqueda de apropiarse de estos materiales para hacer posible el aprendizaje. Es entonces una mediación que pasa por el cuerpo y no solamente por la mente. Lo que se busca es mediar los materiales para que la sensibilidad, y no solo la racionalidad, aflore en los estudiantes.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Hay profesores que acentúan la relación entre ellos y sus estudiantes. Por ejemplo, Andrés Castiblanco, de la Maestría en Comunicación – Educación en la Cultura, de Uniminuto de Colombia, quien sostuvo:

Mi herramienta esencial es el diálogo de saberes y experiencias alrededor de los temas y contenidos.

En esa misma línea, Germán Muñoz, director de esta misma Maestría, asegura:

En mis clases la mediación fundamental es la conversación. Se combina con Aulas Abiertas (en contacto directo con experiencias y comunidades en sus territorios) y Aulas virtuales que permiten comprender la Informática comunitaria y la ciber cultura crítica.

Y Elssy Moreno, quien hizo parte de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la USTA, de Colombia, dice:

Las clases son intensivas (cada seminario dura tres días seguidos), así que se tienen en cuenta varias estrategias:

- Conocimientos previos de los estudiantes (experiencia de vida, entornos laborales en los que trabajan o han trabajado, entornos en los que han participado)
- Lectura a profundidad de documentos académicos referidos a las temáticas de estudio y posterior presentación y discusión de los mismos.
- Acercamientos a casos concretos.
- Visitas a escenarios específicos, relacionados con las temáticas estudiadas.
- Diseño y ejecución de ejercicios de aplicación, cuando es viable y el tema lo permite.

Como se ve, para estos profesores la práctica de aprendizaje más importante es la oralidad, pero no la monopolización de la misma, sino el diálogo y la conversación entre

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

ellos y los estudiantes, y entre estos últimos y las experiencias. Lo que se pretende es que fluya la expresividad y se genere la negociación de sentidos. Es un diálogo que sobrepasa a los estudiantes y al docente, sino que también es con las experiencias, con el contexto histórico, económico y político, y con los sujetos históricos y los territorios.

Los estudiantes entrevistados sostienen que en sus clases hay una mezcla de clase tradicional y de prácticas pedagógicas participativas. Así como hay clases teóricas, ensayos y exposiciones, la gran mayoría de los entrevistados valora mucho la interacción con los profesores, los estudiantes y en algunas Maestrías con sabedores, líderes sociales y con los territorios. El aprendizaje colaborativo, dialógico, basado en proyectos y en problemas es muy común en su formación.

Los egresados entrevistados, en cambio, opinan lo contrario. Según sus versiones, primó el aprendizaje convencional, como las clases expositivas y la discusión de los textos académicos, pero valoran el que hubiesen espacios para la construcción del conocimiento a través del diálogo, como los debates, los foros, el trabajo en equipo; sin embargo lo que más aprecian los egresados como aprendizaje significativo son las salidas de campo, las “aulas abiertas” – espacios de aprendizaje con sabedores populares y ancestrales- y los diálogos con los profesores en espacios como mesas redondas y espacios de discusión.

Aquí no se está desvalorando la clase expositiva ni la lectura de los artículos académicos, porque muchas veces son esenciales para la formación, sino que está haciendo visible lo que para los egresados resultó más significativo de su aprendizaje, y sin duda fue el aprendizaje colectivo.

Lo que se nota con lo visto es que poco a poco los profesores y las Maestrías mismas han ido aprendiendo que el capital académico construido en estos mismos programas debe pasar por una mediación pedagógica y por un proceso de interaprendizaje. Es decir, los programas y especialmente los profesores han ido

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comprendiendo que su discurso académico sobre este campo de la comunicación participativa debiera convertirse en una práctica comunicativa participativa para que el sentido construido también fuese compartido y para que exista una coherencia entre la teoría y la práctica.

5.5 Al final, una reflexión sobre la reflexividad en el subcampo de la educación

En últimas, lo que se buscó en este capítulo es una reflexión sobre este proceso de formación en el campo de la comunicación participativa en Latinoamérica.

La reflexividad para Bourdieu es una especie de vigilancia epistemológica sobre el propio quehacer de las ciencias sociales. Esa vigilancia implica estar pendientes de las disposiciones externas que afecten el campo, de los condicionamientos institucionales y sociales que impacten este campo, y de las estrategias de dominación de los sistemas educativos y científicos (Bourdieu, 2001).

Esta reflexividad sobre la acción es profundamente compleja, pero lo es aún más la autoreflexión sobre la propia práctica. Sin embargo, estamos en mora de que contemos con más y mejores autoreflexiones sobre nuestras prácticas o habitus. La autoreflexión implica, por supuesto, la objetivación de las subjetividades propias, pero no para que se conviertan en “objetivas” sino para hacerlas comprensibles e identificables.

Lo que queda es una relación estrecha entre las ideologías institucionales de las universidades de las que hacen parte los posgrados estudiados con las búsquedas académicas de estas Maestrías. Esta cercanía académica, y en algunos casos, también política contribuye a que “el mercado universitario” no lo absorba del todo. Es notorio que el mercadeo universitario ya ha tocado a estos programas posgraduales, y algunos egresados entrevistados lo han notado y por eso lo critican, y es lógico que siga siendo

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

así mientras las estructuras universitarias no cambien.

Estos posgrados cuentan con un capital académico importante y significativo para los profesores, estudiantes y egresados. Es un capital académico constituido a partir de los planteamientos de autores especialmente latinoamericanos que han conceptualizado este campo de la comunicación como Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Esta concepción asume a la comunicación como un proceso transformativo y participativo con el propósito de reconocer a los sujetos individuales y colectivos y contribuir al cambio de las condiciones de vida de estos sujetos, desde sus propias expectativas y cosmovisiones.

La Comunicación, el Desarrollo y el Cambio Social es el concepto dominante en los posgrados analizados, pero hay un concepto emergente: la epistemología del sur. Esta visión de De Sousa contribuye a que esta comunicación perfile su misión: de un lado, coadyuvar al diálogo de saberes entre los saberes científicos del campo y los saberes sociales, populares y ancestrales; y de otro, contribuir a la traducción intercultural de estos procesos comunicativos participativos y transformativos de todo el continente.

Este capital es compartido por profesores, estudiantes y egresados. Eso significa que el sentido es compartido. Se comparte porque las mediaciones pedagógicas y de aprendizaje han contribuido a que así sea.

Lo anterior pone de presente que la formación en este campo logra reproducir el conocimiento, pero a la vez producirlo. Se reproduce porque por lo visto en este capítulo, los estudiantes y egresados en general poseen un habitus muy cercano al capital académico con el que se les está formando o con el que se les formó, y cuando hay diferencias es porque algunos de estos posgrados logran distinguirse de los demás por su énfasis. Pero a la vez hay producción cultural en las prácticas de aprendizaje y formativas

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

porque están dirigidas a la comprensión de los sujetos y de sus contextos.

Asumir el campo de la comunicación participativa desde el subcampo formativo permitió reflexionar sobre los habitus construidos en los diferentes agentes de los procesos académicos, pero sobre todo, conocer cómo se construye el sentido en relación al capital académico y a partir de las prácticas comunicativas y educativas.

Capítulo 6

Conclusiones. Los sujetos y el campo de la comunicación participativa.

Al principio de este trabajo nos hacíamos la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo se han constituido los sujetos académicos del campo de la comunicación participativa, desde los subcampos científico y educativo en América Latina en las dos últimas décadas?

Esta pregunta de investigación la hemos contestado a lo largo de toda la investigación, así:

6.1 Los antecedentes formativos e investigativos en el campo

La investigación en este campo lleva mucho tiempo en América Latina, más o menos desde la década de los sesenta del siglo pasado. La investigación en comunicación estuvo fuertemente marcada por dos tendencias: una, “funcional/difusionista” y la otra, “emancipatoria/reivindicativa”.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

El campo de la comunicación participativa bebió de estas dos tendencias en las cuatro décadas del siglo pasado. La investigación en este campo se dirigió a comprender las prácticas comunicativas transformativas, que se expresaban en medios alternativos, comunitarios o populares; pero a la vez, también a conocer del valor de estos medios y de los masivos en pro del desarrollo local, nacional y continental, asumiendo al desarrollo como progreso y como difusión de innovaciones.

En las dos últimas décadas de ese siglo, la investigación en este campo relacionó a la comunicación con la cultura, y más concretamente con las culturas populares. Había la idea que las culturas populares no eran reconocidas y por eso había que visibilizarlas y “darles voz”. Al tiempo se presentaron varias investigaciones sobre las políticas nacionales de comunicación en el hemisferio, buscando que en los medios se reconociesen las identidades nacionales y las culturas populares. Los investigadores de este campo trataron de comprender cuáles eran las identidades en juego y cuáles eran las características de estas culturas subalternas.

En la primera década de este siglo la investigación sobre las prácticas comunicativas transformativas y participativas se convirtió en una particularidad de la investigación latinoamericana. Ya los investigadores latinoamericanos encontraron “objetos de estudio” interesantes de estudiar, como las prácticas educativas y populares, los medios radiales comunitarios y los movimientos sociales, especialmente los movimientos contrahegemónicos. Según los estudios de Cimadevilla (2008) y de Barranquero (2015), no son investigaciones muy claras desde el punto de vista epistemológico y teórico, pero sí reflejan la riqueza de las experiencias comunicativas participativas.

Los investigadores se constituyeron como sujetos académicos desde el siglo pasado, al abordar y construir “objetos de estudio” de este campo. Esos “objetos” eran de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

tres tipos. Primero: procesos comunicativos trasformativos, en contra de los poderes hegemónicos, y en los que estaban involucrados individuos y colectividades, con las correspondientes culturas populares. Segundo: estudio de los medios como promotores del desarrollo modernizador. Y tercero: las políticas públicas de comunicación, como escenario de reivindicación cultural y político.

La formación en comunicación lleva más tiempo que la misma investigación en América Latina, pero la formación en este campo de la comunicación participativa es mucho más joven. Mientras que el primer programa de Comunicación fue el de la Universidad Nacional de La Plata en el año 1934, las primeras formaciones en este campo datan desde la década de los años setenta del siglo pasado. La formación en este campo era “no formal” y se constituía en cursos, seminarios y talleres sobre comunicación popular, medios populares y alternativos, y sobre lectura crítica de medios. Varias instituciones como CIESPAL en Ecuador y para todo el continente, ACPO y CINEP en Colombia, CALANDRIA en Perú, el Centro de Comunicación de La Cruzía en Argentina, AMARC, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, Radio Nederland Training Centre en América Latina, RNTC, entre otras.

En la última década del siglo XX aparecen algunos programas de pregrado en Colombia con énfasis en este tipo de comunicación, pero son minoritarios frente a la mayoría de las carreras de comunicación con énfasis en medios o en la comunicación organizacional.

La formación profesional en el siglo XXI tiene un auge significativo, pero aún mínimo frente a otros énfasis de las carreras de comunicación social como lo audiovisual, el periodismo y lo corporativo. Ya en varios de los programas de comunicación se incorporan cursos de comunicación popular, comunicación comunitaria, comunicación y desarrollo y gestión participativa de la comunicación. También surgen algunos programas

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

académicos de pregrado y algunos otros de posgrado con un fuerte énfasis en este campo en algunos países latinoamericanos.

Todos estos cursos, programas de pregrado profesional y posgrados tienen como eje el análisis de esas prácticas comunicativas transformadoras y la formación acerca de ellas mismas.

Como se ve, los estudiantes y los mismos profesores se constituyeron como sujetos académicos de este campo en el proceso de interaprendizaje desarrollado, primero a través de los cursos y talleres de la educación “no formal”, y luego, ya en este siglo, en los cursos y en algunos pregrados profesionales y posgrados que nacieron en universidades del continente.

En el siglo pasado los estudiantes se formaron en saberes técnicos y en el presente siglo, en saberes profesionales, pero sin dejar de lado los saberes técnicos.

6.2 Las apuestas epistemológicas

La Real Academia de la Lengua dice que la epistemología es “la teoría de los fundamentos y métodos del conocimiento científico”. En esta investigación asumimos esta noción, que se resume en la manera como se fundamenta y construye el conocimiento.

La epistemología de este campo nace, en primer lugar, como reacción ante la perspectiva “funcionalista/difusionista” de la comunicación, y en especial de una comunicación para el desarrollo y para la difusión de innovaciones. Esta perspectiva tiene sus raíces en el funcionalismo norteamericano y en una noción homogénea del desarrollo, asumido como progreso económico. Aquí la comunicación – y más concretamente los medios - se ponen al servicio de este desarrollo capitalista y neoliberal para concientizar a

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

la población sobre sus beneficios y para que los países “subdesarrollados” o “en vías de desarrollo” dejen de serlo y alcancen la plenitud alcanzando un alto nivel de desarrollo económico.

Los investigadores de este campo criticaron esta visión del desarrollo y esta comunicación convertida en instrumento de ese modelo de vida.

En segundo lugar, se creó una epistemología propia a partir de las prácticas y experiencia comunicativas de todo el continente en las que los sujetos colectivos y sus culturas populares fueron los protagonistas. A lo largo de la historia latinoamericana, en especial desde la década del 50 del siglo pasado, se han ido desarrollando procesos de comunicación alternativa, popular, para el desarrollo y el cambio social que han visibilizado una comunicación que nace de los grupos, colectivos y movimientos sociales, con el deseo de transformar las realidades de marginalidad, exclusión y estigmatización, a través de procesos, tanto del reconocimiento de sus haceres y sentires, como de participación comunicativa.

La epistemología de este campo se ha construido desde tres grandes vertientes conceptuales: la comunicación popular, la comunicación para “otro” desarrollo, y la educomunicación.

La comunicación popular es una comunicación que reivindica las culturas populares. Esta es una comunicación aliada de los sectores populares y de sus maneras de narrar y de narrarse. Esta vertiente del campo de la comunicación participativa posee, dentro de sí, cuatro conceptos desarrollados. El primero es la de los “sin voz” pero “con voz”. Se habla de los “sin voz” porque los sectores populares estaban excluidos de los medios de información o porque su voz ha sido acallada, pero realmente tienen voz, la voz de la resistencia y de la lucha social y política.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

El segundo concepto desarrollado es el de la comunicación popular como culturas populares. En esta concepción las culturas populares son espacios de conflictos entre lo tradicional y lo moderno, entre la dominación y la resistencia, y entre la crítica y el sometimiento.

La tercera concepción inscrita en esta vertiente es la comunicación popular, alternativa y comunitaria. Esta es una “contracomunicación” que proviene de los movimientos sociales populares y las “comunidades” o los grupos humanos marginados. Dos de sus grandes características son, para Mata (2011) la organicidad y la inserción de los movimientos sociales como movimientos contrahegemónicos.

Y la cuarta concepción dentro de esta vertiente es la comunicación popular como procesos ciudadanos de transformación del poder. Esta concepción ha sido más fuerte en este siglo por la “explosión” de diversidades culturales y sociales. Entonces lo común se construye a partir de la constitución de sujetos políticos o ciudadanos.

La segunda vertiente epistemológica es la comunicación para “otro” desarrollo. En esta perspectiva del campo de la comunicación participativa el desarrollo es un espacio a construir a partir de las expectativas y las realidades de los involucrados en un proceso comunicativo participativo y transformativo. Esta vertiente también cuenta con varios conceptos que se han promovido desde el siglo pasado hasta el presente.

El primero de ellos es la comunicación horizontal y democrática. Esta comunicación persigue democratizar la comunicación, a través de la promoción del diálogo y la deliberación, y buscando que se garanticen los derechos de los ciudadanos a emitir mensajes y a recibirlos en un proceso de doble vía.

El segundo concepto de esta vertiente del campo es el de la comunicación en el desarrollo. Aquí la comunicación no es una herramienta del desarrollo sino un elemento

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

esencial de cualquier proceso de desarrollo porque a través de medios y de la interacción personal se persigue construir una visión común sobre el desarrollo. Se parte de la idea que el desarrollo es un objetivo a construir desde los actores sociales y desde sus necesidades y expectativas.

El tercer concepto de esta vertiente epistemológica es el la comunicación y el cambio social. En esta concepción se recogen varios elementos de los anteriores conceptos porque centra su atención en la amplificación de las voces negadas y potencia su presencia y acción en el escenario público. Como su nombre lo dice, hay siempre una búsqueda de cambio social, desde los mismos involucrados en estos procesos comunicativos.

Y la cuarta concepción de esta misma vertiente es la comunicación para el buen vivir o vivir bien. Esta concepción es el resultado del reconocimiento del pensamiento ancestral como la posibilidad de vivir en armonía con la naturaleza y de convivir con las alteridades y las otras culturas en procesos de intersubjetividad e interculturalidad.

La tercera vertiente es la educomunicación. Es una vertiente conceptual que nace de la educación popular – como buena parte de las anteriores concepciones- y se enfoca en los aprendizajes e interaprendizajes, en la comunicación como un proceso educativo que persigue la transformación social, la libertad de pensamientos y acciones, y en la participación en los procesos educativos y comunicativos.

Como se ve, el conocimiento en este campo se ha fundamentado a partir de diversos conceptos que han ido emergiendo desde las prácticas comunicativas participativas y transformativas y desde la crítica al modelo dominante de la comunicación, como el difusionista/funcionalista. Pero también se ha fundamentado desde los debates académicos que se han dado en las ciencias sociales en nuestro

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

continente y en los ámbitos políticos en los que se critica las dinámicas de los poderes hegemónicos.

Y así es como se han constituido también los sujetos académicos de este campo: desde esos debates y encuentros académicos, desde su participación en los asuntos públicos de cada uno de los países del continente, y desde la toma de postura frente a alguna o algunas de las vertientes conceptuales o de los conceptos que aquí se han presentado.

6.3 La investigación en el campo

El investigador se convierte en sujeto académico al desarrollar su práctica investigativa. A medida que los investigadores van realizando sus indagaciones, están construyendo un capital cultural y unos hábitos para el desarrollo de sus estudios.

El investigador de este campo, por lo menos así lo dejan ver los entrevistados y el análisis de las ponencias en las que se socializan las investigaciones, es un sujeto que posee un interés emancipatorio fundamentalmente. Eso quiere decir que es un investigador que no solo pretende construir conocimientos sino contribuir a la transformación social, el reconocimiento de los sectores subalternos y de sus derechos como sujetos políticos.

Es un investigador que se ha constituido como sujeto académico actuando como “anfibio cultural”, o sea, participando activamente en procesos comunicativos transformativos en diferentes escenarios y con distintos actores sociales, y también haciendo parte de comunidades académicas, como profesor e investigador. Así, la investigación que se hace no es ajena a los investigadores porque está dentro de los intereses y expectativas personales y colectivas. Aquí se combina el capital cultural – que

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

representa el bagaje cultural obtenido – con el capital social – que son las relaciones sociales-. El investigador de este campo se hace con esos dos capitales.

El 40 por ciento de las investigaciones estudiadas utilizaron enfoques críticos o crítico –sociales, como la etnografía crítica, las metodologías participativas y la sistematización de experiencias; y más del 30 por ciento de las investigaciones trabajaron el enfoque interpretativo, en el que caben metodologías como la etnografía clásica, el estudio de caso cualitativo y el análisis documental. Esto muestra un habitus metodológico.

Hay varios temas que son recurrentes en la investigación en este campo, como la radio comunitaria, las experiencias de procesos comunicativos en medios comunitarios, alternativos y/ ciudadanos, y las prácticas comunicativas participativas en medios digitales. Estos no son los únicos temas que se estudian en este campo, pero sí muestran una ruta de trabajo y un acumulado en estas materias.

Los investigadores han construido un campo académico en el que hay una lucha: entre la concepción de la Comunicación y el Cambio Social y la de Comunicación Popular y Comunitaria. Los investigadores han optado por una u otra postura conceptual. Sin embargo, casi siempre acuden a los antecedentes de una comunicación para “otro” desarrollado, que ya anotamos arriba, y de la comunicación educativa o de la educomunicación.

Este campo académico se enmarca en los estudios culturales latinoamericanos y se cita a Jesús Martín Barbero como el referente más importante para la comprensión de este campo. Martín Barbero no es el autor que más ha escrito sobre este campo, pero sí es el autor que ha hecho aportes fundamentales en la relación de la comunicación con la cultura y en especial con las culturas populares.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

En las ponencias estudiadas se percibe que hay dos ámbitos académicos y políticos que de a poco ganan relevancia en este campo. Uno: la centralidad en los movimientos sociales y las acciones colectivas. Y dos: la ciudadanía y la democracia. Los dos ámbitos están relacionados y son los actores y los espacios en los que se promueve la transformación social.

Los investigadores, como “anfibios culturales” se debaten entre su activismo social y su práctica académica en la que en algunas ocasiones es valorado su trabajo y en otros, no tanto, entre los compromisos del capitalismo cognitivo y la necesidad de contribuir a la emancipación social, y entre los conflictos sociales y los conflictos académicos.

6.4 La formación en este campo

Los sujetos académicos se constituyen también en los procesos de enseñanza y aprendizaje. De hecho, es en los espacios formativos donde más se aprende de la importancia de este campo, pero no es el único, y donde los estudiantes, egresados y docentes se constituyen mutuamente en sujetos académicos.

Si bien la universidad cuenta con serios problemas de legitimidad social, es el escenario en el que los estudiantes ingresan a este y a cualquier campo académico. Los estudiantes al ingresar encuentran que en sus programas hay un capital académico en juego y hay unos capitales culturales de los profesores que refuerza ese capital académico y incluso van en contra de él.

En esta investigación se estudiaron 12 maestrías latinoamericanas que se inscriben el campo de la comunicación participativa. Se encontró que la totalidad de ellas cuenta con una cercana relación con las ideologías institucionales de las universidades de las que son parte. Eso significa que aunque “el mercado universitario” es abarcador y

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

avasallante, la coherencia entre los discursos de las universidades y el de los posgrados contribuye a que las Maestrías estudiadas cumplan con un papel relevante para la institución de educación superior. Aún no sabemos si esta articulación sea suficiente para contener la arremetida del mercado en la educación.

Los profesores y sus estudiantes han construido un capital académico desde los procesos formativos. El principal trabajado en estos posgrados es el de Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Esta concepción asume a la comunicación como un proceso participativo que persigue la transformación de las realidades que aquejan a los grupos humanos. Este concepto acoge dos temáticas claves: la Comunicación y el Cambio Social y la Comunicación y el Desarrollo. Este es el concepto dominante en el capital académico de los posgrados estudiados.

Hay también un concepto emergente, como es el de La Epistemología del Sur. En cinco de los posgrados estudiados este concepto se trabaja para hacer notar que hay una apuesta por los movimientos sociales y por todo lo que se ha llamado “la sociología de las emergencias”

Así como éste, hay otros conceptos que se desarrollan en estos posgrados, como los estudios culturales latinoamericanos, la relación entre comunicación y ciudadanía, la comunicación educativa, el desarrollo humano, y los saberes populares/ancestrales/sociales.

Los profesores especialmente han puesto en juego sus capitales culturales para construir ese capital académico. O diciéndolo de otra manera, el capital académico es fruto de un proceso de construcción colectiva, en el que hubo negociación y debate, y por eso se perciben matices conceptuales y especificidades en los posgrados que los hace diferenciarse unos de otros, pero en el que también hay uniformidad académica.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Este capital académico es compartido por estudiantes y por egresados. Eso significa que tanto unos como otros se están convirtiendo o se convirtieron en sujetos académicos tomando como base este capital académico.

Ese capital académico se ha enseñado en ocasiones utilizando mediaciones pedagógicas y procesos de interaprendizaje, pero no siempre ha sido así. Los profesores han ido comprendiendo que hay una relación muy fuerte entre el capital académico en este campo y la práctica educativa para que el sentido sea aún más claro y comprensible para los estudiantes.

El habitus académico es el proceso de reproducción del mismo campo, pero en él también hay producción de sentido. Lo que encontramos en esta investigación es que el habitus de los estudiantes está muy relacionado con el capital académico con el que se forma en estos posgrados y con las expectativas e intereses propios.

6.6 Al final, una reflexión sobre lo concluido

A partir de lo presentado hasta aquí en este último capítulo podemos concluir lo siguiente:

En primer lugar, los sujetos de este campo de la comunicación participativa se han constituido en la práctica académica y en la práctica comunicativa. En general, un agente de este campo – como un investigador, docente o estudiante- se involucra en él mucho más, cuando hace parte de procesos sociales-comunicativos participativos y, a la vez, desarrolla su vida académica. Ese carácter de “anfibio cultural” contribuye a que estos agentes construyan un capital social – redes de relaciones- que les permite animar, participar y acompañar procesos comunicativos transformativos, y esos aprendizajes y experiencias terminan convirtiéndose en temáticas de los objetos de investigación.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Así, en segundo lugar, la investigación es un proceso que se hace mayoritariamente “con” las comunidades o grupos humanos o interpretando esas realidades comunicativas, y no a pesar suyo. El investigador de este campo se constituye desde su participación en la acción colectiva, buscando la emancipación social. Así, el investigador de este campo se constituye no solo un sujeto académico sino también como un sujeto político. No sabemos si es primero un sujeto político y luego, un académico, o viceversa, pero lo cierto es que su carácter de “anfibia” contribuye a que los objetos de estudio alcancen legitimidad social, académica y política.

En tercer lugar, tanto los investigadores como los profesores, que muchas veces son los mismos, se constituyen como sujetos académicos de este campo, además de lo dicho, a través de la puesta en juego de sus propios capitales culturales. En este caso estos capitales son titulaciones como lo dice Bourdieu, pero especialmente son conocimientos académicos y aprendizajes sobre las realidades sociales vividas. Estos capitales culturales son reconocidos por quienes se están formando, por quienes fueron formados dentro de este campo y por miembros de otros campos académicos.

En cuarto lugar, tanto en la investigación como en la formación se ha venido construyendo un capital académico que es la base del habitus académico. Ya hemos dicho que llamamos capital académico al acervo de conocimientos de un campo académico como el que estudiamos. Este es un campo en el existen concepciones dominantes, como la Comunicación y el Cambio Social y la Comunicación Popular y Comunitaria, antecedentes comunes, como las nociones de la comunicación para “otro” desarrollo o la comunicación horizontal y democrática, al igual que la educomunicación y lo que se ha tomado de la educación popular, como la educación liberadora, y hay concepciones emergentes, como la epistemología del Sur y las nociones sobre la ciudadanía.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Este capital académico se convierte en una puerta de entrada epistemológica al campo de la comunicación participativa, pero, a la vez, en una de las condiciones básicas para hacer parte de él. Es decir, tanto en la investigación como en la formación se comparten muchos de estos conceptos sobre este campo, y con ellos es más fácil para los sujetos participar de estos procesos académicos, mantenerse en ellos y distinguirse de otros sujetos académicos de campos diferentes.

En quinto lugar, ese capital académico se constituyó a partir de una construcción epistemológica muy particular, que también se hace distinguishible frente a los demás campos. Primero: es una construcción que parte de una resistencia a una concepción dominante de la comunicación y de las ciencias sociales. Segundo: si asimilamos lo epistemológico con un árbol, las raíces del árbol son múltiples, como la educación popular, los estudios culturales latinoamericanos, los conceptos de hegemonía/contrahegemonía, la teoría de la dependencia, el sentipensamiento, la concepción del desarrollo como libertad, pero todos tienen en común la búsqueda del bien común, la criticidad al sistema hegemónico y el reconocimiento de una sociedad distinta, dialogante y con capacidad de acción y reflexión.

Esas raíces generan un campo académico con un solo tronco, pero con tres grandes ramificaciones, como la comunicación popular, la comunicación para “otro” desarrollo y la educomunicación. Y las dos primeras ramificaciones se extienden en cuatro nuevas ramas. Eso demuestra que los sujetos de este campo se constituyeron y se siguen constituyendo en la construcción de apuestas epistemológicas que nacieron de las prácticas comunicativas participativas y de nociones y conceptos propios de esta parte del mundo.

Al observar cómo se han ido construyendo estos discursos, se percibe que desde los años cincuenta hasta hoy día se desarrollaron “epistemologías del sur” mucho antes

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de que se popularizara este concepto, especialmente porque siempre se ha dado un diálogo de saberes entre las prácticas culturales, comunicativas y políticas, con los conocimientos científicos de las ciencias sociales y de los estudios en comunicación.

El sujeto académico de este campo se ha constituido de varias maneras, como se acaba de exponer, pero se hará a sí mismo de otras formas porque la construcción de estos procesos es permanente y corresponde a un contexto cultural, social y político

Referencias

- Aguilo, A. (2009). La ciudadanía como proceso de emancipación: Retos para el ejercicio de ciudadanías de alta intensidad. *Astrolabio. Revista internacional de filosofía*, 9, 13 – 24.
- Alfaro, R. (1988). *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra. Una experiencia de comunicación popular y comunicativa con mujeres*. Lima: Tarea & Calandria.
- Alfaro R. (2000). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las definiciones. *Razón y Palabra*, 18. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ralfaro.html>
- Alfaro, R. (2006). *Otra Brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo*. Lima, Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Ángel, A. & Barranquero, A. (2015). La producción académica actual de la Comunicación para el Cambio Social en América Latina. En Uribe, M. (Ed.). *Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. Convergencias comunicativas y mutaciones de la cultura y del poder* (pp. 1789-1800). Medellín: Universidad de Antioquia, FELAFACS, AFACOM.
- Aparici, R., Prieto, D., Huergo, J., Valderrama, C., Orozco, G. y Quiroz, M. (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. España: Editorial Gedisa S.A

Aparici, R. & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, 26 (55), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>

Aprea, G. & Cabello, R. Los procesos comunicativos en los proyectos de Desarrollo Humano. Un enfoque teórico-metodológico. En: Aprea, G. (Ed.). *Problemas de comunicación y desarrollo*. (pp. 47-97). Prometeo Libros & Universidad Nacional de General Sarmiento.

Ávila, R. (2005). Las relaciones entre la educación y la cultura en Pierre Bourdieu. En: Serge, M., Ávila, R., Castro-Gómez, S., Herrera, J., Serna, A., Narváez, A. & Herrera, M.. *Sujeto, cultura y dinámica social* (pp. 45-68). Ediciones Antropos.

Ávila Fuenmayor, F. (2007). El concepto de poder en Michel Foucault. *A parte Rei*, (53), 1-16. <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/avila53.pdf>

Barranquero, A. (2016). Objetos y fronteras teóricas de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Una propuesta. En: ALAIC. *Memorias XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Sociedad del Conocimiento y Comunicación. Reflexiones críticas desde América Latina. Grupo Temático 12 Comunicación para el Cambio Social* (pp. 7-14). ALAIC, Universidad Autónoma Metropolitana.

Barranquero, A. & Herrera, E. (2012). Un panorama de la formación especializada en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. *Razón y Palabra*, (80). <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/index80.html>

Barranquero, A. & Sáez, Ch. (2009). De la invisibilidad de la comunicación alternativa y la comunicación para el cambio social en la universidad española. *Ágora: Revista de Ciencias Sociales*, (20), 33-52.

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/57434267/Barranquero_Saez_CEPS2.pdf

Beltrán, L. R. (1967). Communication: Forgotten Tool of National Development. *International Agricultural Development, Communications Issue*, octubre, (16), 34-45.

Beltrán, L. R. (1976). *Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina*. San José, Costa Rica: Editorial Nueva Sociedad.

Beltrán, L. R. (2000). La investigación en comunicación en Latinoamérica: ¿indagación con anteojeras? En: Beltrán, L.R. *Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica. Inicio, Trascendencia y Proyección* (pp. 29-86). Plural Editores & Universidad Católica Boliviana.

Beltrán, L. R. (2005). *La comunicación para el desarrollo en América Latina: Un recuento de medio siglo*. Buenos Aires: Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación. Recuperado de: http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf

Beltrán, L. R. (2008). Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias. En: Gumucio, A. & Tufte, T. (Eds.). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas* (pp.145-158). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Beltrán, L.R. (2015). Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación.*, 12 (23), 136-158. <file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/42-146-1-PB.pdf>

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Beltrán, L., Herrera, K., Pinto, E. & Torrico, E. (2008). *La comunicación antes de Colón.*

Tipos y Formas en Mesoamérica y los Andes. La Paz: Centro Interdisciplinario Bolivariano de Estudios de la Comunicación.

Boisier, S. (2003). *El desarrollo territorial a partir de la construcción del capital sinérgico.*

<http://www.redelaldia.org/IMG/pdf/1122.pdf>.

Bourdieu, P. (1987). Los tres estados del capital cultural, *Revista Sociológica.*, 2 (5), 9-17.

<http://www.sociologiamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/1043/1015>

Bourdieu, P. (1995). *Las Reglas del Arte Génesis y estructura del campo literario.*

Barcelona: Anagrama.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción.* Barcelona: Editorial

Anagrama.

Bourdieu, P. (2001) *El oficio del científico. Ciencia de la Ciencia y reflexividad.* Barcelona:

Editorial Anagrama.

Bourdieu, P. (2002), *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto.*

Tucumán, Argentina: Editorial Montessor

Bourdieu, P. (2008). *Homo academicus.* Argentina: Siglo Veintiuno editores.

Bourdieu, P. (2011). *Las estrategias de la reproducción social.* Argentina: Siglo Veintiuno

editores.

Brunner, J. J. (2007). *Universidad y sociedad en América Latina.* Veracruz: Universidad

Veracruzana & Instituto de Investigaciones en Educación.

Burke, P. (2006). *¿Qué es la historia cultural?* España: Paidós

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- Burke, P. (2007). La historia intelectual en la era del giro cultural. *Prismas*, 11 (2), 159-164. <https://www.redalyc.org/pdf/3870/387036798007.pdf>
- Bustamante, O. (2006). Posgrados en comunicación en América Latina, un debate pendiente. *Chasqui* (94), 14 – 23. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16009404.pdf>
- Cardozo, F E. & Faletto, E. (1977). *Dependencia y Desarrollo en América Latina*. México: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (1999). *La era de la información – Vol 2 El poder de la identidad*. México: Siglo XXI Editores.
- Castro-Gómez, S (2008). El lado oscuro de la “época clásica. Filosofía, ilustración y colonialidad en el siglo XVIII. En: Chukwudi, E. & Emmanuel, H (Eds.). *El color de la razón: racismo epistemológico y razón imperial* (pp. 119-152). Editorial del Signo.
- Cimadevilla, G. (2008). Cinco tesis y una semblanza. Trayectorias académicas de la convergencia comunicación – desarrollo. *Revista Ciencias de la Comunicación*, (8 y 9), 100-110. [file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/60-209-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/60-209-1-PB%20(1).pdf)
- Condeza, R., Montenegro, C., & Gálvez, M, (2015). Una experiencia de formación universitaria para comunicar sobre desigualdad y pobreza. *Cuadernos.info*, (37), 151 – 166. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.37.795>
- Contreras, A. (2011) *De la Comunicación – Desarrollo a la Comunicación para el vivir bien* encontrarse en: http://base.socioeco.org/docs/_bitstream_10644_3667_1_con-pap-contreras_2c_20a-de_20la_20comunic.pdf
- Choquehuanca, D. (2010), La Comunidad Andina y la construcción del Vivir Bien en medio de la crisis global. *Revista de la Integración*, (4), 16 – 22.

http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/201166191016revista_integracion_4.pdf

De La Peza, M. (2013). Los estudios de comunicación: disciplina o indisciplina. *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, (20), 11 – 32. <http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/215/250>

Del Valle Rojas, C. (2003). Pertinencias y énfasis en la formación sobre comunicación para el desarrollo: diagnóstico y perspectivas de la experiencia latinoamericana. *Redes.com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, (1), 255 – 272. doi: 10.15213

Del Valle Rojas, C. (2007). Comunicación participativa: Aproximaciones desde América Latina. *Redes.com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, (4), 113 - 130. doi: 10.15213

Del Valle Rojas, C. (2012). Criticidad y complejidad en el campo de la comunicación: consideraciones epistémicas sobre la comunicación participativa y para el cambio social desde América Latina. En: Martínez, H. & Sierra, F. (Eds.). *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 57-83). Barcelona: Gedisa Editorial.

De Sousa Santos, B. (2004). *Democratizar la democracia. Los caminos de la democracia participativa*. Brasil: Editorial FCE

De Sousa Santos, B. (2006). *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*. Buenos Aires: CLACSO.

De Sousa Santos, B (2007). *La Universidad en el siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipatoria de la universidad*. Bolivia: CIDES-UMSA, ASDI y Plural Editores.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

De Sousa Santos, B. (2009). *Una epistemología del Sur*. Buenos Aires: CLACSO, Siglo XXI Editores.

De Sousa Santos, B. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Montevideo: Extensión Universidad de La República & Ediciones Trilce.

De Sousa Santos, B. (2017). *Democracia y transformación social*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

De Moragas, M. (1982). *Comunicación alternativa y tipología de los medios*. Lima: Primer Foro Internacional de Comunicación Social: Comunicación y Poder.

Di Cione, V. (2006). *Textos escogidos de P. Bourdieu y comentarios* UBA-FFyL
Recuperado de
http://www.planificacion.geoamerica.org/textos/bourdieu_nociones.pdf

Di Pascuale, M. (2011). *De la historia de las ideas a la nueva historia intelectual: retrospectivas y perspectivas. Un mapeo de la cuestión*. Revista Universum, 26 (1), 79 – 92. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-23762011000100005>

Díaz, P. & Jaime, B. (2014). Comunicación para lo común: la apuesta académica del programa de Comunicación Social- Periodismo de la Universidad del Tolima. En. ENACOM (2014). *Memorias del XII Encuentro Nacional de carreras de Comunicación: ENACOM 2014* (pp. 817-823). Gaymallen: Editorial UMAZA.

Díaz Bordenave, J. (1976). La comunicación de las innovaciones agrícolas en América Latina. La necesidad de nuevos modelos. *Communication Research*, 3 (2), 23-45.

Díaz Bordenave, J. (2008). La teoría de la comunicación y el desarrollo rural: una breve reseña. En: Gumucio A. y Tufte, T. (Eds.) *Antología de Comunicación para el*

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas. (pp. 220-231). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Díaz Bordenave, J. (2015). El desarrollo de un comunicador para el desarrollo. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 12 (23), 16 – 24.
[file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/740-1858-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/740-1858-1-PB%20(1).pdf)

Díaz Bordenave, J. & Martins, de Carvalho, H. (2015) *Planificación y comunicación*. Quito: Ediciones Ciespal.

Downing, J. (2000). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. London: Sage Publications

Dulzaides, M. & Molina, A. (2004). Análisis documental y de información. Dos componentes de un mismo proceso. *ACIMED*, 12 (2).
<http://eprints.rclis.org/5013/1/analisis.pdf>

Dussel, E. (2000). *Filosofía de la cultura y de la liberación*. México: Ediciones de la UACM.

Escobar, A. (2007). *La invención del Tercer Mundo*. Caracas, Venezuela: Editorial El Perro y la Rana.

Escobar, A. (2013). *Una minga para el postdesarrollo: Lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones globales*. Bogotá: Ediciones Desde Abajo.

Faletto, E. (1969). *Dependencia y desarrollo en América Latina*. Santiago de Chile: Siglo XXI.

Fals Borda, O. (1987). The Application of Participatory Action Research in Latin America. *SAGE, International Sociology*, 2 (4), 45-63.

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/026858098700200401>

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- Fals Borda, O. (2009). *Una sociología sentipensante para América Latina*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores & CLACSO.
- Fasano, P. (2016). Comunicación Comunitaria en/desde la Universidad. *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, (79), 78 – 92. <https://doi.org/10.24215/2314274Xe020>
- FELAFACS. (2009). *Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe*. Informe Final. Lima: FELAFACS, UNESCO. http://www.felafacs.org/wp-content/uploads/2012/02/mapeo_com.pdf
- Fernández, A. (2012). Historia de una travesía inconclusa: la comunicación para el desarrollo y el cambio social en la investigación y la docencia universitarias en España. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, (17), 41–62. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2012.v17.39257
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, 2 (96), 35-53. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15309604.pdf>
- Foley, D. & Valenzuela, A. (2012): Etnografía crítica. La política de la colaboración. En: Denzin, N. & Lincoln, Y (Coordina.). *Manual de Investigación Cualitativa. Paradigmas y perspectivas en disputa* (pp. 79 – 110). Gedisa Editorial.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (1985). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (2007). *¿Extensión o comunicación? La comunicación en el medio rural*. Montevideo: Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (2011). *La educación como práctica de la libertad*. Brasil: Grupo Editorial Siglo XXI.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Fuentes, R. (1991). *Diseño curricular para las escuelas de comunicación*. México: Editorial Trillas.

Fuentes, R. (2005). Everett M. Rogers (1931-2004) y la investigación latinoamericana de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, nueva época, (4), 93-125.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n4/0188-252X-comso-04-93.pdf>

Fuentes R. (2008). *El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación*.

Ponencia presentada en el GT Teoría y Metodología de Investigación de la Comunicación del IX Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, ALAIC/ ITESM-CEM México, octubre 9-11 de 2008.

http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/TEORIAYMETODOLOGIA/ponencias/GT17_1Fuentes.pdf

Fuentes, R. (2010). Maestrías en Comunicación en México: análisis comparativo de sus perfiles de producción y reproducción académica. *Comunicación y Sociedad*, nueva época, (14), 13 – 48. <https://www.redalyc.org/pdf/346/34615372002.pdf>

Fuenzalida, V. (1999). Televisión y cultura del protagonismo. En: Sunkel, G. (Ed.). *El consumo cultural en América Latina* (pp. 56-84). Convenio Andrés Bello.

García Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

Gramsci, A. (1999). *Cuadernos de la cárcel, Tomo 5*. México: Universidad Autónoma de Puebla & Ediciones Era.

Gumucio, A. (2002). *Haciendo Olas. Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*.

http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/haciendo_olas_%5Bf%5D_7_23.pdf

Gumucio, A. (2004). *El Cuarto Mosquetero: La Comunicación para el Cambio Social*.

Recuperado

de

<http://www.conabip.gov.ar/Contenidos/Documentos/01Materialdeapoyo.pdf>

Gumucio, A. & Tufte, T. (Eds.) (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas*. New Jersey, Estados Unidos: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Habermas, J. (1982). *Conocimiento e interés*. Madrid: Editorial Taurus.

Hernández, G. (2012). La investigación en comunicación en América Latina. Tendencias y perspectivas a partir del siglo XXI. *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, (161), 83-90.

https://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM2013161_83-90.pdf

Herrera, Á. (2011). *Investigación en comunicación y desarrollo en Colombia en el siglo XXI: el aporte de las facultades de comunicación*. Bogotá: Afacom, Uniminuto, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Universidad Santo Tomás, Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Herrera, K. (2018). Bolivia: el campo de la comunicación y su diálogo latinoamericano. En: Covi, D. & Trejo, R. (Eds.). *Investigación de la comunicación en América Latina* (pp. 147-161). Universidad Nacional Autónoma de México.

Huergo, J. (2000). Comunicación/Educación: Itinerarios transversales. En Valderrama, C. (Ed.). *Comunicación-Educación. Coordenadas, abordajes y travesías*. Bogotá, Colombia: Universidad Central & Signo del Hombre Editores.

Huergo, J. (2010). *Una guía de comunicación/educación, por las diagonales de la cultura y la política*. En: Aparici, R., Prieto, D., Huergo, J., Valderrama, C., Orozco, G. & Quiroz, M.. *Educomunicación: más allá del 2.0* (pp. 65-104). Editorial Gedisa S.A

Jamias, J. (2008). La filosofía de la comunicación para el desarrollo. En: Gumucio, A. & Tufte, T. (Eds.). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas*

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- históricas y contemporáneas* (pp. 185-189). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Kaplún, M. (1978). *Producción de programas de radio. El guión – la realización*. Quito: Ediciones CIESPAL & Colección Intiyan.
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL.
- Kaplún, M. (1992). *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*. Santiago de Chile: Unesco.
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. La Habana: Editorial Caminos.
- Kaplún, G. (2018). La investigación de la comunicación en Uruguay: construyendo un lugar en el mapa latinoamericano. En: Crovi, D., Trejo, R. (Eds.). *Investigación de la comunicación en América Latina* (pp. 213-230). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Lahni, C. (2014). Reflexiones iniciales sobre Comunicación Comunitaria. Formación de Periodistas y Ciudadanía, a partir del análisis de los artículos en la Intercom y en la Compós. *Razón y Palabra, Comunicación y Ciudadanía*, 18 (1_86), 70 – 86.
[file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/168-Texto%20del%20art%C3%ADculo-687-1-10-20160630%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/168-Texto%20del%20art%C3%ADculo-687-1-10-20160630%20(1).pdf)
- Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernising the Middle East*. New York City: The Free Press of The Macmillan Co.
- Lorenzo, P. (2001). Principales teorías sobre el conflicto social. *Norba, Revista de Historia*, (15), 237-254.
<http://hdl.handle.net/10662/9560>
- Maestría en Comunicación, Universidad del Norte.
<https://www.uninorte.edu.co/web/maestria-en-comunicacion/objetivos>

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, USTA.

<https://facultadcomunicacionsocial.usta.edu.co/index.php/presentacion-programa-maestria1>

Maestría en Planificación y Gestión de los Procesos Comunicacionales, PLANGESCO,

UNLP. <https://perio.unlp.edu.ar/archivoperio/node//86>

Maestría en Comunicación para el Desarrollo, UNE.

<https://www.posgradoune.edu.py/x/index.php/cursos/maestria/mcd.html>

Maestría en Comunicación Estratégica, UASB. [https://www.uasb.edu.bo/programa-](https://www.uasb.edu.bo/programa-academico/maestria-comunicacion-estrategica-2/)

[academico/maestria-comunicacion-estrategica-2/](https://www.uasb.edu.bo/programa-academico/maestria-comunicacion-estrategica-2/)

Maestría en Comunicación y Desarrollo, UCR. [http://ppc.ucr.ac.cr/nuestras-](http://ppc.ucr.ac.cr/nuestras-maestrias/comunicacionydesarrollo/)

[maestrias/comunicacionydesarrollo/](http://ppc.ucr.ac.cr/nuestras-maestrias/comunicacionydesarrollo/)

Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación, UCA.

<http://www.uca.edu.sv/gescom/2017/02/15/maestriaserenueva/>

Maestría en Comunicación y Cambio Social, Ibero Puebla.

<https://www.iberopuebla.mx/oferta-academica/posgrados/humanidades/maestria-en-comunicacion-y-cambio-social>

Maestría en Comunicación Social, UCAB. [https://postgrado.ucab.edu.ve/wp-](https://postgrado.ucab.edu.ve/wp-content/uploads/sites/6/2020/02/Maestria-COMUNICACION-SOCIAL-NOVIEMBRE-2018.pdf)

[content/uploads/sites/6/2020/02/Maestria-COMUNICACION-SOCIAL-NOVIEMBRE-2018.pdf](https://postgrado.ucab.edu.ve/wp-content/uploads/sites/6/2020/02/Maestria-COMUNICACION-SOCIAL-NOVIEMBRE-2018.pdf)

Master y Doctorado en Comunicación Social, Universidad Metodista de Sao Paulo.

<https://metodista.br/stricto-sensu/comunicacao-social>

Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, Uniminuto.

<http://www.uniminuto.edu/web/atlantico/programas/-/programa/Bogot%C3%A1+calle+80+Presencial/maestria-en-comunicacion-desarrollo-y-cambio-social>

Maestría en Comunicación - Educación en la Cultura, Uniminuto.

<http://www.uniminuto.edu/web/fcc/maestria-en-comunicacion-educacion-en-la-cultura>

Marafioti, R (2005). *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Argentina: Editorial Biblos.

Marques de Melo, J. (1979). *Pensamento Comunicacional Brasileiro*. Grupo de Sao Bernardo. Sao Bernardo do Campo.

Martín Barbero, J. (1983). Comunicación popular y los modelos transnacionales. *Chasqui*, (8), 4-11. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i8>

Martín Barbero, J. (1985). De la Comunicación a la Cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, 3 (5), 17-24.
<file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/5790-Texto%20del%20art%C3%ADculo-22542-2-10-20131217.pdf>

Martin Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, Editorial Gustavo Gilli S.A.

Martin Barbero, J. (2014). Pensar la comunicación en América Latina. *Redes.com. Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*, (10), 21 – 39. 10.15213

Martin Barbero, J. & Rey, G. (1999). La formación del campo de Estudios de Comunicación en Colombia. *Revista de Estudios Sociales* (4), 54–70.
<https://doi.org/10.7440/res4.1999.04>

Marzán, G. & Mescia, C. (2014). Comunicación comunitaria, alternativa y popular en Mendoza. Experiencias y prácticas desde una cátedra universitaria. En: ENACOM. *Memorias del XII Encuentro Nacional de carreras de Comunicación: ENACOM 2014* (pp. 879-884). Guaymallén, Argentina: Editorial UMAZA.

Mata, M. (2006). Comunicación y Ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Fronteiras – estudos midiáticos*, 8 (1), 5-15.
[file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/6113-18691-1-SM%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/6113-18691-1-SM%20(4).pdf)

Mata, M. (2011). COMUNICACIÓN POPULAR. Continuidades, transformaciones y desafíos. *Oficios Terrestres*, 1 (26), p. 1-22.

<https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982/1031>

Max-Neef, M., Elizalde, A., Hopenhayn, M.. (2000). *Desarrollo a Escala Humana. Una opción para el futuro*. Medellín: CEPAAUR, Fundación Dag Hammarskjold.

McBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. París: UNESCO.

Mena, D. & Álvarez, A. (2014). Proyecto Caracol: Alternativa de comunicación para el desarrollo local en el municipio de Cumanayagua. *Revista Redes.com*, (11), 207 – 228. 10.15213/redes.n11.p206

Merino, J. (1988). *Comunicación popular, alternativa y participatoria*. Quito: Ciespal.

Mora, A. & Muñoz, G. (2016). ¿Qué entendemos hoy por comunicación –educación en la cultura en América Latina? Propuesta de reconfiguración del campo desde la vida cultural. En: Muñoz, G. (Ed.) *Comunicación Educación en la Cultura para América Latina. Desafíos y nuevas comprensiones* (pp. 11-80). Uniminuto.

Mignolo, W. (2005). *La idea de América Latina. La herida colonial y la opción decolonial*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Morales, S. (2018). La investigación en comunicación/Cultura en Argentina en perspectiva histórica. En: Covi, D. & Trejo, R. (Eds.). *Investigación de la comunicación en América Latina* (pp. 107-145). Universidad Nacional Autónoma de México.

Mouffe, Ch. (1999). *El retorno de lo político*. Buenos Aires: Paidós.

Movimiento de los sin Techo (2007). *El derecho de los pobres a la información y la comunicación*. Santa Fe, Argentina: Editorial Movimiento los sin Techo.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Nussbaum, M. (2016). Educación para el lucro, educación para la libertad. *Nómadas*, (44), 13-25. 10.30578/nomadas.n44a1

Ochoa, S. (2011). Habermas: Conocimiento e Interés. El Nuevo Estatuto de la Razón Comprensiva. *A parte Rei, Revista de Filosofía*, (55). 1-18.

http://ispel3.edu.ar/_paginas/biblioteca/materiales/curso_pmi_2008/Torres%20Ochoa%20Habermas.pdf

Paiva, R. (2015). Política de minorías. Comunidad y ciudadanía. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 1 (1), 175-180.

<file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/2357-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9661-1-10-20150121.pdf>

Pascuali, A. (1963). *Comunicación y Cultura de Masas*. Caracas, Venezuela: Monte Ávila Editores.

Pascuali, A. (1970). *Comprender la comunicación*. Caracas: Colección Estudios Monte Ávila Editores.

Pereira, J. M. (2005). La comunicación: un campo de conocimiento en construcción. *Investigación & Desarrollo*, 13 (2), 412-441.

<file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/1006-2355-1-PB.pdf>

Peruzzo, C. K. (2012). Aproximaciones entre la comunicación popular y comunitaria y la prensa alternativa en Brasil en la era del ciberespacio. En: Martínez, M. Sierra, F. (Eds.). *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento social* (p. 351-376). Editorial Gedisa.

Pizarro, S., Luyo, J., Acevedo, J., Arce, L. & Chirinos, M. (2014). Una mirada al perfil profesional de los egresados de la especialidad de la comunicación para el desarrollo y su inserción en el mercado laboral actual. En: Alaic. *Memorias del XII*

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*. Lima, Perú: Alaic, Grupo 12 Comunicación para el cambio social.
- PNUD (2001). *Informe sobre el desarrollo humano 2001. Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano*, Nueva York: Naciones Unidas.
- PNUD (2016). *Informe sobre el Desarrollo Humano 2016. Desarrollo humano para todas las personas*. Canadá: PNUD.
- Portales, D. (1986). Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina. En: Simpson, M. (Ed.). *Comunicación alternativa y cambio social. I. América Latina* (pp. 89-103). Premiá, Editora de Libros, S.A./La Red de Jonás.
- Prieto, D. (1999). *Educación con sentido. Apuntes para el aprendizaje*. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.
- Prieto, D. (2004). *La comunicación EN la educación*. Buenos Aires: Editorial La Crujía
- Prieto, D. (2006). Comunicación para el desarrollo en el contexto de América Latina. En Prieto, D. & Van De Pol, P. *E-Learning comunicación y educación. El diálogo continúa en el ciberespacio* (pp. 29-71). RNTC.
- Prieto, D. & Gutiérrez, F. (1993). *Mediación pedagógica. Apuntes para una educación a distancia alternativa*. Ciudad de Guatemala: RNTC y Universidad San Carlos de Guatemala.
- Prieto, D. & Gutiérrez, F. (1994). *Mediación pedagógica para la educación popular*. Costa Rica: RNTC.
- Putnam, R. (1994) *Para hacer que la democracia funcione*. Estados Unidos: Editorial Galac.
- Quebral, N. (1996). La estrategia de ILEIA vista por un “guardian del intercambio de información. *Boletín de ILEIA*, 12, (2), 2-4.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- Quebral, N. (2008). La comunicación para el desarrollo en el contexto agrícola. En: Gumucio, A. & Tufte, T. (Eds.) *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas* (pp. 107-112). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Quijano, A. (2014). "Buen vivir: entre el "desarrollo" y la des/colonización del poder. En: CLACSO. *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colialidad/descolonialidad del poder* (pp. 847-859).CLACSO.
- R, Villasante, T. (2002). Síntomas/Paradigmas y estilos éticos/creativos. En: R. Villasante, T., Montañés, M., Martí, J. (Eds.). *La investigación social participativa. Construyendo ciudadanías/1* (pp. 29-64). Editorial El Viejo Topo.
- Restrepo, E. (2019). Investigación en ciencias sociales desde los posgrados en Colombia. *Nómadas*, (50), 45-59. 10.30578/nomadas.n50a3
- Reyes Matta, F. (1981). La comunicación transnacional y la respuesta alternativa. En: Simpson, M. *Comunicación Alternativa y Cambio Social* (pp. 56-91). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Reyes-Matta, F. (1983). Alteremos lo injusto. El compromiso de la comunicación alternativa. *Nueva Sociedad*, (64), 128-130.
https://nuso.org/media/articles/downloads/1027_1.pdf
- Richard, N. (Ed.) (2010). *En torno a los estudios culturales. Localidades, trayectorias y disputas*. Santiago de Chile: Editorial Arcis, CLACSO.
- Rocha, C. (2008). *Radio escolar. Comunicación, conflictos y ciudadanías*. Bogotá: Uniminuto.
- Rocha, C, (2010). Diagnóstico de los diseños curriculares de los programas profesionales en Comunicación Social y Periodismo, con énfasis en Comunicación y Desarrollo en Colombia. *Mediaciones*, (10), 83 – 98.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

<file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/Dialnet-DiagnosticoDeLosDisenosCurricularesDeLosProgramasP-6549614.pdf>

- Rocha, C. (2016). *La Investigación Acción Participativa. Una apuesta por la comunicación y la transformación social*. Bogotá: Uniminuto.
- Rocha, C. (2017). Los posgrados en comunicación, desarrollo y cambio social en el mundo. Una apuesta desde la epistemología del sur. Recuperado el 25 de febrero de 2017 de <http://www.redecambio.org/es/documentos-academicos/los-posgrados-en-comunicacion-desarrollo-y-cambio-social-en-el-mundo-una-apuesta-desde-la-epistemologia-del-sur/>
- Rocha, C. (2018). El audiovisual participativo y las ciudadanías de alta intensidad en Cauca (Colombia). *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, (9), 42-56. <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.9.5214>
- Rocha, C., Aldana, Y. y Rodríguez, L. (2015). Radio escolar para la convivencia. Un proceso “conflictivo”. En: Arévalo, A., Cabral, R., e Iranzo, A. (Eds.). *Comunicación, conflictos y cambio social* (pp. 189-204). Universitat Jaume I de Castellón, Universidade Estadual Paulista, Universidad de La Frontera, y Coordinadora de ONG para el Desarrollo, de España.
- Rocha, C., Bustamante, P., Gumucio, A., & Cortés, C. (2014). La constitución del campo de la comunicación, el desarrollo y el cambio social. Un campo de resistencia al paradigma dominante. En: Mora, A. (Ed.). *Comunicación Educación: un campo de resistencias* (pp. 456-531). Uniminuto.
- Rocha, C., Molina, I., Moreno, E. & Ortiz, G. (2008). *Comunicación para la construcción del capital social*. Bogotá: Editorial Uniminuto.
- Rodrigo, F. (2016). De los estudios culturales latinoamericanos a la búsqueda de una comunicación democrática y emancipatoria. *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, (79), 111 – 132.

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/59521/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. *Folios*, (21 y 22), 13-25.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/6416/5898>

Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Rogers, E. (2008). La comunicación y el desarrollo: el ocaso del paradigma dominante.

En: Gumucio, A. & Tufte, T. (Eds.) *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas* (pp. 200-220). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social

Roncagliolo, R. (1986). Un nuevo orden informático en América Latina: una taxonomía para las políticas nacionales de comunicación. En: Becker, J. (Ed.). *Comunicación y Dominación: ensayos en honor a Herbert Schiller* (pp. 112-154). Ablex Publishing Corporation,

Sánchez, E. (2002). La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social. Notas para una agenda. *Diálogos de la Comunicación*, (64), 24-36.

Schmucler, H. (2008). Comunicación, Cultura y Desarrollo. En: Gumucio, A. & Tufte, T. (Eds.). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas* (pp. 499-502). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Schramm, W. (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford: Stanford University Press.

Schramm, W. (2008). Lo que la comunicación masiva puede hacer y lo que puede ayudar a hacer para el desarrollo nacional. En: Gumucio, A. y Tufte, T. (Eds.). *Antología*

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas (pp. 81-94). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Sen, A. (1999) *El desarrollo como libertad*. Barcelona: Editorial Planeta.

Sierra, F. (2016). Capitalismo Cognitivo y Comunicología Abierta. *Chasqui*, (133), 9-20. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i133.3000>

Simpson. M. (1984). Comunicación alternativa y democracia entre la “Vanguardia” y la teoría de la dependencia. *Nueva Sociedad*, (71), 31-42. https://nuso.org/media/articles/downloads/1152_1.pdf

Simpson, M. (Ed.) (1986). *Comunicación alternativa y cambio social. 1.- América Latina*. México: Premiá Editora de Libros, S.A./La Red de Jonás.

Stake, R. (2013) Estudios de casos cualitativos. En. Denzin, N. & Lincoln, Y (Ed.). *Manual de Investigación Cualitativa. Las estrategias de la investigación cualitativa* (pp. 154 – 197). Barcelona: Gedisa.

Torres, A. (1999). *Estrategias y técnicas de investigación cualitativa*. Bogotá: UNAD, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales.

Torres, A. (2015). *Educación Popular y movimientos sociales en América Latina*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Tufte, T. (2012) Hacia un renacimiento de la comunicación para el cambio social. Redefiniendo la disciplina y la práctica en la era post “Primavera Árabe”. En: Martínez, H., Sierra, F. (Eds.). *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 85-109). Gedisa Editorial.

Universidad Santo Tomás. <https://www.usta.edu.co/>

Universidad de Costa Rica. <https://www.ucr.ac.cr/>

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. <http://www.uca.edu.sv/>

Universidad Nacional del Este. <http://www.une.edu.py/web/index.php>

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- Valdez, Z. (2013). Etnografía crítica. Surgimiento y repercusiones. *Revista Comunicación*, 21 (1), 16-24. [https://doi.org/10.18845/rc.v21i1%20\(2012\).840](https://doi.org/10.18845/rc.v21i1%20(2012).840)
- Vasco, C. (1985). *Tres estilos de trabajo en las ciencias sociales. Comentarios a propósito del artículo: "Conocimiento e Interés" de Jurgen Habermas*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Vassallo de Lopes, M. (2001). El campo de la comunicación. Reflexiones sobre un estatuto disciplinar. En: Vassallo de Lopes, M. & Fuentes Navarro, R. (Eds.). *Comunicación, campo y objeto de estudio: perspectivas reflexivas latinoamericanas* (pp. 43-58). ITESO, Editorial Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Vassallo de Lopes, M. (Ed..) (2012). *Posgrados en Comunicación en Iberoamérica. Políticas nacionales e internacionales*. Sao Paulo: Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación, Confibercom.
- Vassallo de Lopes, M. (2012). Reflexividad y relacionismo como cuestiones epistemológicas en la investigación empírica en comunicación. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 9 (6), 12-25. <file:///C:/Users/Familia%20RV/Downloads/468-1208-1-PB.pdf>
- Vassallo de Lopes, M. (2018). Esboço para uma história dos estudos em Comunicação no Brasile na América Latina: processos de institucionalização do campo. En: Covi, D., Cimadevilla, G. (Eds.). *Del mimeógrafo a las redes digitales. Narrativas, testimonios y análisis del campo comunicacional en el 40 aniversario de ALAIC* (pp. 33-47). ALAIC.
- Walsh, C. (2005). Interculturalidad, conocimientos y decolonialidad. *Signo y Pensamiento*, 24 (46), 39 – 50.
- Weber, M. (1977) *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Wallerstein, I. (2004). *Las incertidumbres del saber*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Wilches, L (Ed.) (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. España: Gedisa Editorial.

Wimmer, R. & Dominick, J. (2001). *Introducción a la investigación de Medios Masivos de Comunicación*. México: Editorial Thomson.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Editorial Paidós.

Wolton, D. (2010). *Informar no es comunicar. Contra la ideología*. Barcelona: Ed. Gedisa.

ANEXO 1

Entrevistas a investigadores

Entrevista No.1

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**
juan domingo ramírez-cáceres
- **Nacionalidad.**
Chile
- **institución a la que pertenece.**
universidad austral de chile
- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**
Comencé la academia vinculado al ejercicio medial periodístico, en radio. Con el correr del tiempo ese espacio me fue generando dudas acerca de los procesos comunicativos. Estudié un Magister en Desarrollo Rural y pude conocer las experiencias de cooperativas campesinas y de radios participativas, en especial, el proceso de Radio Estrella del Mar en Ancud, Chiloé, sur de Chile. Con ello giré mi mirada personal y académica hacia los grupos de actores que trabajaban en las líneas de una comunicación con participación y visualización. Comencé a trabajar con cooperativas campesinas y programas comunitarios radiales para luego derivar en las radios comunitarias que se fueron creando en Chile a partir de la década de los 90, apoyando su creación, en capacitaciones y en el uso de herramientas radiales para el desarrollo y la educación.
- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**
Principalmente de la exclusión de los medios comerciales de actores sociales relevantes o emergentes, como los jóvenes, las mujeres, las minorías sexuales, entre otras. El problema central que ha ido surgiendo es el del ejercicio del Derecho a la Comunicación, dadas las limitaciones en el acceso al espectro radial y los nulos incentivos a la comunicación comunitarias. Como hechos concretos, hemos realizado programas de alfabetización de adultos en zonas rurales, donde los participantes crean sus redes de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comunicación y utilizan la radio de un modo participativo y horizontal. Luego trabajamos con la visibilización y consolidación de equipos radiales de medios comunitarios urbanos y rurales. Estamos generando información dura acerca de estos procesos con el fin de revitalizar la asociatividad de los radialistas y la visibilización en los espacios públicos y políticos.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Puedo trabajar cómodamente en mi universidad, que ha financiado proyectos para investigar la creación, desarrollo y proyecciones de la radio comunitaria en el sur de Chile. Acabo de terminar un proyecto de tres años del Fondo de desarrollo de la ciencia y tecnología (Fondecyt), con recursos estatales. Ello me permitió levantar un Censo de Radios Comunitarias en Chile y un panorama general de estas radios en términos de Asociatividad, Comunidad y Afectos. Estimo que hay espacios para la investigación y apoyos, aunque los proyectos no permiten una continuidad de la investigación.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Está bien valorada, pero sufre con los cambios de enfoques de la investigación a lo que llamo "modas investigativas". Los giros hacia la decolonialidad, economía en la comunicación, análisis de medios digitales, hacen perder el foco en "lo pequeño", en los grupos de base. Junto con acorralar estos espacios, la presión por publicar en esas líneas descritas hace que algunos investigadores cambien su foco.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Creo que ambas cosas, pero dependiendo de los espacios con los que se trabaje y en los que se difunda. Si bien los paper son importantes, hay que buscar medios para que la investigación, las conclusiones, los resultados, las proyecciones, lleguen a los radialistas.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Si hay publicaciones indexadas pero ya decía que con las modas investigativas es difícil acceder a dichas revistas. El mayor contacto y difusión se obtiene en congresos nacionales y extranjeros, donde se pueden construir redes. El capitalismo cognitivo que señalas es una de las barreras que se debe romper lo que es difícil para investigadores jóvenes que están presionados por este sistema.

Entrevista No.2

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**
Rodolfo Herrera Santamaría
- **Nacionalidad.**
Peruana
- **institución a la que pertenece.**
Universidad de Lima
- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Considero importante sistematizar las experiencias de comunicación y contribuir a la generación de metodologías para promover la participación desde la comunicación

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

En el Perú, debido a un acento en políticas extractivistas se generan conflictos sociales, especialmente en sociedades que basan su sustento en la agricultura. Generalmente se señala que los conflictos surgen por una "mala comunicación", entendiendo aquella como una suerte de falta de difusión y como el eje del problema. Sin embargo, la comunicación participativa puede aportar a cambios significativos y la comprensión mutua de los actores y sus dinámicas.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Si. La Universidad de Lima

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Muy valorada. En tanto existe poca literatura sobre casos nacionales.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Influyen, porque el cambio depende de factores que trascienden lo comunicacional.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Acudimos o presentamos la ponencia en los espacios pertinentes.

Entrevista No.3

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Ibeth Molina

- **Nacionalidad.**

Colombia

- **institución a la que pertenece.**

No estoy vinculada actualmente a ninguna universidad

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Principalmente porque es un campo de prácticas y de reflexión muy interesante y pertinente para el momento histórico en el que nos encontramos.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Justamente de los contextos sociales actuales, particularmente el colombiano, y de las preguntas en torno a la formación de comunicadores sociales con este énfasis.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Si, en las universidades donde he podido trabajar.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Es bien valorada pues se reconoce en ella la posibilidad de construir con las comunidades o grupos sociales participantes, espacios o metodologías o procesos investigativos acorde a sus intereses y necesidades particulares.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Creo que a las dos cosas, en el último ejercicio que hicimos sobre el proceso formativo de los estudiantes de posgrado, nos preguntábamos justamente por los aportes al campo, a partir de las investigaciones de los estudiantes.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Existen diversos espacios de socialización del conocimiento, pero en todos se exige por un lado un alto costo de participación, igual que la participación en publicaciones indexadas, lo cual no contribuye a la circulación libre de ciertos materiales o reflexiones sobre el campo.

Entrevista No.4

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Jerry Omar Jara Llanos

- **Nacionalidad.**

Peruano

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

No considero que haya una comunicación participativa porque esa es su esencia, sea esta activa o pasiva. Me vinculo a esta práctica porque me permite descubrir los nuevos protagonismos y los nuevos argumentos que fortalecen los procesos de comunicación y diálogo en las comunidades donde están los actores.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De las barreras culturales que impiden interpretar las razones de los procesos de comunicación.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

La universidad en la que trabajo otorga un simbólico aporte para estas labores.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

No existen espacios propios para la valoración, acaso porque normalmente son mejor ponderadas las investigaciones en ciencias biológicas, médicas e ingeniería.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**
Las dos cosas.
- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**
Sí, frecuentemente.
Sí
No

Entrevista No.5

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**
Ismar Costa Filho
- **Nacionalidad.**
Brasileña
- **institución a la que pertenece.**
Universidade Federal do Ceará
- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**
Yo he participado desde mi juventud de movimientos populares, como pastoral de jovens y radios comunitarias. Mi investigación de maestría fue sobre la Radio Favela de Belo Horizonte (BR) y de doctorado sobre las radios zapatistas de Chiapas. La participación es fundamental para la organización y transformación sociales.
- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**
Actualmente, estoy a estudiar la participación popular, por los medios de comunicación, en la construcción de la ciudadanía y democracia. Hago una diferenciación entre la interacción en las medias sociales y la participación efectiva en la gestión de los medios de comunicación. Esta última me parece un proceso fundamental para la democratización de la media y de la sociedad.
- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**
Sí. Es una investigación registrada en mi universidad como proyecto de investigación.
- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**
No tengo hecho intercambio todavía en mi universidad. Empezé el proyecto en 2018.
- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**
Creo que sí porque comprender la participación efectiva en la gestión de los medios es fundamental para pensar la democratización de la comunicación y para la ciudadanía comunicativa.
- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en**

estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?

Sí, he presentado mi investigación en Ibercom, Intercom y Compós. He publicado en Revista de Compós.

Entrevista No.6

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Yusly Pérez Llerena

- **Nacionalidad.**

Colombia

- **institución a la que pertenece.**

Universidad de Cartagena

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

El interés por enriquecer el campo y posicionarlo académicamente. Si bien hemos tenido avances en este sentido, las epistemologías tradicionales siguen minimizando la producción en esta línea de trabajo.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De las necesidades del contexto en el que vivo, articulado a los objetivos de desarrollo y las tendencias del campo de la comunicación. Sin embargo, la primera dimensión es la que más influye en los temas que investigo.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Más allá de contar con la afiliación institucional en la que trabajo y aliados locales, no han contado con recursos.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

La Facultad de Ciencias Sociales en la que trabajo por supuesto que valora estas investigaciones. Sin embargo, a nivel institucional sigue vigente la lógica de promover con mayor entereza las investigaciones en "ciencias naturales y/o exactas".

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Intento que contribuyan a ambas cosas. No veo una disociación en ambas pretensiones; incluso, creo que gran parte del "espíritu" o inspiración de la comunicación participativa es tener como horizonte la transformación.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Esta pregunta apunta precisamente a lo que hacía referencia en líneas anteriores. Participo en congresos nacionales e internacionales. Sin embargo, las publicaciones en revistas indexadas en una lógica complicada y compleja. El mismo modelo responde a concepciones capitalistas y utilitarias del "conocimiento", así como está formulado para

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

privilegiar a las ciencias exactas y/o mal llamadas "duras". El modelo en sí mismo de lo que llamas "capitalismo cognitivo" no se ajusta a los principios de la comunicación participativa.

Entrevista No.7

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

ULISES VERA

- **Nacionalidad.**

MEXICANA

- **institución a la que pertenece.**

ninguna

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Pasé maestría y doctorado realizando investigación cualitativa sobre movimientos sociales.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

En Ciudad de México, México.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

No, ninguna.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Mi pequeño club de Toby (comité tutorial) reconoció i trabajo de investigación, pero solo ellos.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Ambas.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

No participo en ninguno. Quizás sea porque después del doctorado no he trabajado en ninguna universidad porque no me han aceptado en ninguna, quizás estar fuera del mercado de investigación me impide desarrollar algún tipo de investigación.

Entrevista No.8

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Nivea Canalli Bona

- **Nacionalidad.**

Brasileira

- **institución a la que pertenece.**

Não faço parte

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Meu histórico é de participação em movimentos sociais no Brasil desde adolescente. Foi um caminho natural querer entender como a comunicação se processa em campos como as comunidades subalternas, centros popular e movimento social.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De curiosidade própria. Meu mestrado foi tentar entender como algumas organizações criadas em diferentes décadas (ditadura inclusive) tratavam de estratégias de comunicação. Enfoquei também no papel do comunicador. Já no doutorado, resolvi aprofundar esse perfil do comunicador popular, comunitário, alternativo, dos movimentos sociais por causa de perguntas de pesquisa (problemas de investigación) nascidas no mestrado. No fundo, essas questões nunca terminam para quem gosta de pesquisar.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Nem sempre. Na verdade apoio a pesquisa sempre foi muito raro, mas eu tinha apoio para apresentar a pesquisa que fiz em meu tempo vago. Tive apoio, no mestrado e doutorado, da Capes, organização de apoio a pesquisa que era do governo federal brasileiro.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Meu amigos de curso, outros professores, brincavam que eu estudava os pobres. No fundo não era brincadeira. Ainda se valoriza muito aquilo que traz retorno financeiro de alguma forma, não aquilo que desenvolve o povo.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Eu quero pensar que sim, ms acho que muito pouco. Como fiz pesquisa com alguns comunicadores que depois foram estudar mais sobre comunicação, penso que os influenciei de alguma forma. Mas não acho que há efetiva transformação do campo por meio da pesquisa. Eu vejo a universidade ainda muito isolada da comunidade, na torre de marfim. Por isso resolvi fazer um intervalo na vida acadêmica.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

São algumas. Participava do Intercom quando morava no Brasil. Hoje participo dos congressos do ALAIC e da IAMCR. Hoje moro fora do país e pesquisa por gosto. Apresento os trabalhos com meu próprio dinheiro, sem apoio de instituição.

Entrevista No.9

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Patrícia Gonçalves Saldanha

- **Nacionalidad.**

Brasileira

- **institución a la que pertenece.**

Universidade Federal Fluminense

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

A base da investigação realizada no Grupo de Pesquisa que coordeno (LACCOPS/UFF – Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social, da Universidade Federal Fluminense) está diretamente ligada à comunicação participativa e cidadã. Nosso objetivo nos últimos anos foi construir e propor o mapa epistemológico da Publicidade Social com seus desdobramentos e tipificações: comunitária, afirmativa, de causa, transversal, de interesse público. Partimos do pressuposto que a vinculação social é promovida pelo fortalecimento do engajamento político e cívico e que a transformação social só se realiza, de fato, com a colaboração social. Nesse sentido, a pesquisa retoma o sentido originário da Publicidade, o de “tomar algo público, para que a mudança aconteça com a participação efetiva da Sociedade civil em qualquer fase da realização da comunicação publicitária (criação, produção, implementação ou veiculação midiática). Para que de fato haja uma comunicação emergente do sentido do ser-em-comum, contamos com a metodologia da pesquisa participativa e interventiva (pesquisa-ação) e já realizamos diversos projetos ao longo do território brasileiro, com ênfase no estado do Rio de Janeiro.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Em primeiro pela transfiguração no trivial no dia a dia do cidadão comum, que passou a publicizar as próprias produções ligadas a questões de ordem pessoal, às iniciativas artísticas, esportivas ou comerciais, inclusive as de comércio independente, como é o caso dos pequenos produtores que começaram a usar as redes digitais para divulgar suas atividades e comercializar suas produções. Considerando que tais veiculações foram possibilitadas a partir da popularização e do alastramento dos dispositivos móveis como “tablets”, celulares, chips subcutâneos, entre outros tanto em âmbitos materiais e imateriais (GORZ,2005) em diferentes cenários globais como Estados Unidos, Espanha e, recentemente na América Latina. (fragmento do relatório do Pós Doutorado realizado na UFRJ).

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Inicialmente, a realização da pesquisa foi feita com recursos próprios conjugados com bolsas (becas) de investigação em projetos de Iniciação Científica nos cursos de graduação e nos cursos de pós graduação. Num segundo momento, fomos financiado com recursos do poder público de uma das cidades beneficiadas pelo desenvolvimento e realização dos projetos de publicidade Social. E, recentemente, fomos com dois editais: um de empresa privada (ENEL) e outro da Fundação de amparo à pesquisa do Estado do Rio de Janeiro. Atualmente, estamos começando a buscar recursos internacionais.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

O Laboratório de Pesquisa conta com a participação de 4 professores oficiais da Instituição e 2 professoras de Instituições de Ensino parceiras. Estudantes de Graduação e Pós- graduação (mestrado e doutorado) e egressos compõem nosso quadro. No

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

entanto, vale ressaltar que o eixo condutor teve difícilíssima aceitação na ambiência investigativa brasileira nos primeiros anos de implementação e avanço. Atualmente, a Universidade e o Programa de Pós Graduação reconhecem o mérito da pesquisa e uma das fundações mais importantes de financiamento público, nos concedeu um prêmio para viabilizar 3 anos de investigação com recursos públicos. De toda forma, atualmente, países como Portugal e Espanha começaram a reconhecer esta investigação como um subcampo importante para a comunicação participativa, pelo viés desta perspectiva brasileira de Publicidade Social.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Das duas coisas em função das temáticas com as quais trabalhamos e da metodologia que adotamos. Além de fundamentarmos toda a pesquisa com rigor teórico, também relatamos nossos trabalhos e alguns resultados podem ser conferidos em nossas produções. Em relação à transformação das realidades em que atuamos, poderemos desenvolver detalhadamente em entrevista posterior. No mais, seguem alguns links de nossas redes, caso desejem verificar. Uma iniciativa que ajuda muito a relatar nossas realizações é o evento Mobilize-se. Fazemos 3 edições anuais seguidas e paramos 1 ano para planejamento. Nesse evento, fazemos mesas de debate com teórico da área ou de áreas correlatas, representantes de movimentos sociais e estudantes/investigadores do assunto. Trabalhamos com a seguinte estrutura digital: Instagram LACCOPS; Canal Youtube LACCOPS; Facebook LACCOPS; Mailing list LACCOPS; Site LACCOPS

Site: <https://laccops.wixsite.com/laccops>

Facebook: <https://www.facebook.com/LACCOPS/>

Instagram: <https://www.instagram.com/laccops/?hl=pt-br>

Canal no Youtube: https://www.youtube.com/results?search_query=laccops

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Sim, são publicadas em revistas indexadas. Se necessário, posso passar os links, mas a palavra-chave é LACCOPS e os desdobramentos se dão na própria tipificação da Publicidade Social Brasileira. Estamos em fase de atualização do nosso site, mas a ideia é conseguirmos colocar todas as nossas produções disponíveis até o fim desse ano (por isso o edital). Já temos inúmeras pesquisas científicas (acadêmicas), monografias, dissertações e teses. Participamos de congressos nacionais e internacionais, inclusive em cargos de coordenação há mais de 8 anos. Acabei de integrar uma rede internacional com pesquisadores de Portugal e da Espanha, além de participar assiduamente do ALAIC, Propesq (Brasil) e Intercom. Iniciamos um desdobramento da pesquisa com as primeiras capturas das produções de Publicidade Sensorial. Nossa ideia é fortalecer a pesquisa de Publicidade Social a partir da apropriação de técnicas hegemônicas para fins de transformação social. (A ideia é compreender as técnicas da Publicidade Sensorial, seus usos e reusos para fins sociais de maneira popularizada- acabei de ministrar uma conferência sobre este exato assunto na Universidade Nova de Lisboa) .

Entrevista No.10

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Martha Romero-Moreno

- **Nacionalidad.**

Colombiana

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Autónoma del Caribe

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Pasé del activismo social a la investigación académica y considero que el conocimiento desde dentro de los procesos fue lo que motivó inicialmente la investigación. Posteriormente, el hecho de encontrar tanto saber instaurado en las comunidades y en el hecho de aprender del otro.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Surgieron inicialmente del hecho de nacer en los Montes de María en un momento en que la lucha campesina y el empoderamiento de la gente hacían parte de la formación. Esos fueron los primeros activadores. Luego con el conocimiento de otros procesos y de la fuerza del saber de la gente llamaba la atención las formas de narrarse y de comunicar de las comunidades.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

En un primer momento surgieron del diario vivir en las comunidades, por tanto eran iniciativas personales, luego cuando ya entré a los procesos académicos más formales, aprendí a presentar proyectos más formales y con ellos he logrado recursos y/o apoyos, aún sólo en lo nacional.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

La universidad en la que laboro actualmente tiene un modelo pedagógico que valora lo dilógico, el pensamiento crítico y lo social, por tanto he logrado tener apoyos y/o recursos para adelantar las investigaciones, pero no ha sido sencillo lograr la valoración. Se trata de lograr hacer los procesos participativos, también con rigor y sistematización que permita tanto el reconocimiento de las comunidades y de los académicos. Hay que ser respetuosos con los modos de narrar y trabajar de los grupos, pero también hacerlo con los modos de la investigación científica.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Los procesos son tan fuertes que no esperan que sea un artículo quien contribuya a su desarrollo, más bien se fortalece el campo con la generación de conocimiento de los procesos que existen.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Cuando empiezan los procesos de investigación que tienen que ver con la comunicación participativa me mueve la gente y los objetivos que con ellos se puedan lograr. No todos los procesos que hago son llevados a artículos o capítulos de libro, porque a esos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

acuerdos se ha llegado con la comunidad. Cuando se acuerda que se puede hacer textos de tipo académico con los resultados, se escriben a veces con ellos, a veces en solitario y se divulgan a nivel nacional e internacional y se aprovecha buscar grupos de interés o temáticos que aporten. Nos ha pasado que en redes académicas como LASA, no obstante haber presentado con tiempo paneles específicos porque no se cuenta con grupos de interés para los temas que trabajamos, los colocan en horarios y fechas muy desfavorables.

En efecto

Entrevista No.11

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Francisco Sérgio Sousa

- **Nacionalidad.**

Brasileiro

- **institución a la que pertenece.**

Universidade Federal do Ceará

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Para comprender la efectividad que este tipo de comunicación tiene junto a los públicos a que se destina.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

He estudiado un colectivo de audiovisual que presenta siempre en sus videos las minorías como protagonistas de sus historias. El problema que busqué entender fue saber si estas minorías se sienten representadas por estas producciones, si las producciones les han ayudado en sus luchas y las construcciones de sentido que hacen hacia el producto audiovisual de lo cual han participado.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

No.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

El programa de pós-grado al cual pertenezco tiene en la comunicación participativa uno de sus principales campos de estudio.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Creo que contribuye para la comprensión de la realidad retratada. Todavía, creo que no sale del campo académico, o sea, los estudios que hacemos normalmente no traen todavía impacto directo a la comunidad.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Intento participar activamente de congresos, nacionales e internacionales, y busco las oportunidades de publicar en periódicos los resultados de mi investigación.

Entrevista No.12

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Ana Lucia Nunes de Sousa

- **Nacionalidad.**

Brasileira

- **institución a la que pertenece.**

Universidade federal do Rio de Janeiro

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Es el área de la comunicación que me interesa; por proponer cambios sociales, trabajar con comunidades y movimientos sociales.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De la práctica de Los propios movimientos sociales.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

He sido becaria de investigación en maestría, doctorado y postdoctorado. Actualmente tengo un proyecto financiado, a espera de asignación. Por lo tanto, considero que sí.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Pues no le dan mucha importancia, por ser cosa de "movimientos sociales".

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Yo creo que sí, Pero los cambios son mucho menores de lo que pensamos al inicio, Los investigadores. A Los movimientos les interesa mucho más lo que se pueda construir desde un nivel práctico que lo que "investigamos".

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Cumplo lo que pide El capitalismo y sus estándares de publicación porque de esto depende nuestros salarios. Pero mi trabajo no se resume a esto. Lo más importante es lo que podemos aportar en nivel práctico, del cotidiano de Las luchas.

Entrevista No.13

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

jenny jimenez cruz

- **Nacionalidad.**

colombia

- **institución a la que pertenece.**

fundación universitaria panamericana

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Permite generación de conocimiento
 Facilita procesos de actualización
 Se puede crear productos.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Indagación de problemas de la cotidianidad, de los estudiantes y de la propia experiencia.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Si se ha tenido el apoyo en los tres enfoques que mencionan, pero solo a nivel local

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Es valorada por la participación de docentes de diversas disciplinas que permite mayor aporte y construcción en conjunto

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

las dos cosas. Aporta al desarrollo del campo por la propuesta que se deja y que puede acoger a quien se le realiza y transforma en la medida que ayuda a los cambios y para la generación de nuevas oportunidades.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Se han logrado grandes esfuerzos en el tema, hemos participado en congreso y en publicaciones de revistas indexadas, la universidad ha logrado mejorar a nivel de investigación.

Entrevista No.14

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Carlos Eduardo Morales Chacón

- **Nacionalidad.**

Colombiano

- **institución a la que pertenece.**

Universidad del Valle

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Interés por analizar los cambios en las formas de construri sociedad y relaciones entre entes comunicativos (personas, instituciones, empresas)

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Desde el concepto de desarrollo, cambio social y responsabilidad social

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Por lo general mis investigaciones no han tenido financiamiento; salvo una qu hie con mujeres campesinas, que fue financiada por la Fundación WWB

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Es bien valorada; además es una tarea permanente y una exigencia organizacional como docente

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Creo que contribuyen a entender el campo, la meta es que ayuden a transformar una realidad, pero no he logrado esto todavía con ninguno de mis trabajos

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

-Algunas son publicadas
-He participado en algunos, solo ALAIC me ha publicado en sus memorias.
-Si participo en redes de conocimiento mundial
Creo que como sistema el capitalismo coarta del alguna manera la libertad de opinión y de dedicación; si un investigador tuviera garantizadas sus necesidades de subsistencia podría dedicarse más tiempo a investigar y no preocuparse por pagar las facturas del mes.

Entrevista No.15

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Paulo Paz

- **Nacionalidad.**

colombiano

- **institución a la que pertenece.**

Corporación Universitaria Comfacauca

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Profundizar en esta temática ya que no es muy abordada en algunos contextos.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De la lectura del entorno, de las situaciones que se presentan en las radios comunitarias en el Cauca. Del olvido en el que se encuentran algunos territorios del Cauca y que las radios comunitarias son un eje que apoya las dinámicas de estos sitios y poblaciones.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Apoyo de la dirección de investigaciones de Unicomfacauca, apoyo de Innovación Cauca, que fue un proyecto de regalías liderado por Unicauca y otras universidades de Popayán.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Positivamente.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Contribuyen a visibilizar la realidad que se vive a diario en una radio comunitaria participativa, a reflexionar sobre sus actuaciones, sobre sus problemáticas, sobre sus anhelos y sus miedos. Contribuye a mostrar la realidad de territorios afectados por la violencia, en los que las radios comunitarias han aportado a la promoción de la paz.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

-Publicar en revista indexada es demasiado complicado, requiere de mucho tiempo y es muy costoso.

-He participado con estos proyectos a nivel nacional e internacional.

-Participo en ALAIC.

-Enfrento las exigencias del capitalismo cognitivo publicando en revistas y medios alternativos, comunitarios, alejados de estas dinámicas. Cumplo con lo que me exigen en la universidad a la que pertenezco, pero busco que se visibilicen mis trabajos en otros espacios de discusión y de problematización.

Entrevista No.16

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

KARINA WOITOWICZ

- **Nacionalidad.**

Brasil

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Estatal de Ponta Grossa

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Creo que la comunicación comunitaria (o participativa) representa una herramienta importante para transformar la realidad de diferentes grupos y movimientos sociales. Y, debido a la riqueza de las experiencias latinoamericanas, me he dedicado a comprender los fenómenos recientes acerca del uso de los medios digitales alternativos.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

0

Los problemas de los trabajos que he desarrollado en los últimos años surgen de dos campos: de la experiencia en proyectos de extensión universitaria, que tienen relaciones con diferentes sectores de la sociedad, y de mi formación teórica vinculada a los movimientos sociales (feminismo)

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

La investigación es apoyada básicamente por la institución y las agencias de financiación nacionales y estatales en forma de becas para algunos estudiantes de pregrado. Por lo tanto, involucran solo recursos humanos.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

El curso donde trabajo (Periodismo - UEPG) tiene una trayectoria de acción dirigida a la práctica de extensión, por lo que tales actividades se valoran entre los compañeros. Sin

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

embargo, desde el punto de vista de la investigación académica, este no ha sido un área prioritaria o ha recibido el debido estímulo y reconocimiento.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Estoy segura de que la investigación en el área de la comunicación participativa ha ofrecido importantes preguntas y respuestas sobre el campo de la comunicación actual. Observo que en los últimos años ha habido un avance importante en los estudios, tanto en relación con los temas como con los nuevos fenómenos que ocurren especialmente en América Latina. Y, junto con el fortalecimiento del campo, la investigación en esta área está ayudando a fortalecer acciones con impactos efectivos en la realidad social.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Si, participo de eventos nacionales e internacionales, así como de redes de investigación. Además, los resultados de mis investigaciones se publican en periódicos indexados de comunicación y también en libros.

Entrevista No.17

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Christianne Dupuy

- **Nacionalidad.**

Venezuela

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Bolivariana de Venezuela

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Desde 1999, con la Revolución Bolivariana impulsada por Hugo Chávez, la participación es un campo que ocupa las gestiones del Estado y a los investigadores

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De la cultura del "asistencialismo" y las resistencias a la participación heredada del ancestral modelo de "democracia representativa"

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Con el tiempo sí, con recursos no.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Es un paradigma emergente, en la Universidad Bolivariana la mayoría de las investigaciones, así como la epistemología docente se basa en la investigación.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

A las dos cosas. Contribuyó a la transformación de la realidad porque hubo una producción concreta.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

He participado en congresos nacionales e internacionales

Entrevista No.18

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Elizabeth Alvarez

- **Nacionalidad.**

México

- **institución a la que pertenece.**

CIGoM

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Permite la retroalimentación en el campo de la comunicación, da voz a actores que hasta ahora han sido solo receptores, los ubica en el papel de emisor del mensaje.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De proyectos ejecutados en mi trabajo, fundamentalmente.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Siempre se enmarcan dentro del presupuesto y planificación de un proyecto, o directamente de la institución.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Saben que es necesaria, aunque a veces no se pone todo el énfasis, por cuestiones de tiempo y dinero.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Ambas, y son medulares para el reconocimiento de todos los actores.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Cuento con pocas publicaciones hasta el momento, participo en congresos nacionales e internacionales al menos una vez al año, pertenezco a la Red RAPRE. Y tengo dentro de mis metas publicar más y a mayor nivel, como se exige.

Entrevista No.19

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Eduardo Gularte

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **Nacionalidad.**

guatemalteco

- **institución a la que pertenece.**

Unicef

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Por convicción en los principios de la comunicación participativa y el interés de construir evidencia sobre los aportes que brinda para el buen vivir de las personas. Además, porque ha sido mi campo de trabajo profesional durante 30 años.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De los retos que plantea las necesidades de cambio social para solucionar graves problemas que afectan especialmente a las poblaciones más vulnerables. En los últimos años ha sido un énfasis en el abordaje de problemas de desnutrición infantil y el papel de la gobernanza, diálogo, ciudadanía y participación comunitaria.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

En general, no. He tenido el apoyo para implementar ciertas estrategias de comunicación por parte de la institución donde laboro y a partir de ahí, ha sido mi iniciativa generar investigación que ayude a fortalecer la evidencia de que, cuando se opta por la comunicación participativa, ocurren cambios importantes.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

En el ámbito internacional, es decir, como Unicef global y sede regional, las investigaciones en investigación participativa adquieren bastante relevancia e interés. A nivel nacional, aún no existe tanto apoyo ni interés.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Sí, gracias a la evidencia recopilada sobre los cambios obtenidos cuando se emplean estrategias participativas de comunicación, se ha logrado posicionar ésta en socios de gobierno y socios de la cooperación internacional, para lograr su apoyo en la implementación de la misma.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

En ocasiones lo he hecho, especialmente en congresos académicos. Se han hecho publicaciones de parte de la oficina global de Unicef con resultados de los estudios que he realizado.

Entrevista No.20

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Raisa Urribarri

- **Nacionalidad.**

Venezolana

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **institución a la que pertenece.**

Universidad de Los Andes

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Comprender los procesos de comunicación necesarios para alentar la participación ciudadana.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De las comunidades con las cuales trabajé, de las ONG que atendían problemas concretos de estas comunidades y de los medios en los cuales trabajé.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Sí.

Tiempo y espacio en el Diario de Los Andes, periódico en el cuales trabajé por tres años. Recursos financieros de la Universidad de Los Andes, donde desarrollé mi carrera académica.

El proyecto Construyamos Juntos (del periódico) ganó una mención especial del Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

En realidad en mi Universidad, fue un trabajo bastante en solitario e incomprendido; no así en otras universidades como la Universidad Católica Andrés Bello, de Caracas (UCAB). Los colegas de la UCAB, especialmente los del Centro Gumilla (acción social de los jesuitas) que editan la revista Comunicación, fueron mis referentes y apoyo.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Sobre lo primero, no lo sé. Más allá de ver las citas que se hacen de algunos de mis trabajos. Creo que Construyamos Juntos, que fue un proyecto de investigación-acción, sí tuvo resultados concretos, como la apertura de medios masivos a voces comunitarias y el empoderamiento de las comunidades para comunicar desde sus propios intereses.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Desde 2010, con el agravamiento de la crisis económica, la Universidad dejó de recibir fondos suficientes para que los profesores presentáramos trabajos en el exterior. Sólo participé desde entonces en eventos nacionales. Antes de jubilarme de la Universidad y de emigrar de mi país (2015) publicaba con frecuencia en ese tipo de revistas.

Entrevista No.21

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Washington Uranga

- **Nacionalidad.**

uruguay/argentina

- **institución a la que pertenece.**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Univ. de Buenos Aires

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

1. Académicas: es un campo de interés poco explorado.
 2. Políticas: constituye un espacio importante para la construcción político social.
 3. Culturales: analizar el aporte de la comunicación al cambio cultural y los mecanismos sobre los que opera.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Poca sistematización de las prácticas participativas y de comunicación popular y comunitaria.

Los actores y protagonistas no valoran de manera adecuada el aporte académico.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Apoyo institucional de la universidad y de las organizaciones de base con las que trabajamos.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Es reconocido pero la valoración que se hace es inferior al reconocimiento que se hace a otros campos de investigación.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Ambas cosas. De todos modos falta más mediación comunicacional y pedagógica de los resultados de las investigaciones.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

En algunos casos son publicadas en revistas indexadas, en otros en publicaciones académicas sin indexación. El equipo de trabajo participan de congresos y de redes investigación. Subsisten muchos problemas para superar los obstáculos para difundir los resultados de las investigaciones.

Entrevista No.22

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Alejandro Barranquero Carretero

- **Nacionalidad.**

España

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Carlos III de Madrid

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Tal vez la decepción con los modelos de comunicación tradicionales de tipo privado y monopolístico. Y por haberme enamorado, y para siempre, de las hermosas experiencias comunitarias (y sus hallazgos) en España, Europa y, sobre todo, Latinoamérica

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Son amplios, puesto que proyecto una mirada bastante transversal al binomio comunicación y cambio social, observando iniciativas micro (medios comunitarios, p. ej.) y macro (ej. políticas). También, desde la red Riccap (www.riccap.org), que recientemente creamos, realizamos investigación de acuerdo a las necesidades detectadas o que nos relatan desde el tercer sector de la comunicación.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Muy poco. Hay escasos programas I+D financiados en España para este tipo de investigaciones, que es residual en relación con campos como la com. política, el marketing, la investigación en nuevas tecnologías, etc.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Como una investigación "social", "amable", "comprometida" con los sectores más débiles, pero, por lo general, no está en las agendas de mi institución ni recibo apoyos más que en mi círculo más cercano (p. ej. RICCAP).

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Por supuesto, o eso mismo intentamos: generar empiria y reflexión en un terreno que es aún en exceso romantizador y normativo.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Actualmente siempre en revistas indexadas, porque en España se solicita este requisito de cara a ascender profesionalmente. Eso sí: intento seguir participando en congresos y, por supuesto, en-redarme con colegas de otras latitudes. No obstante, las exigencias del capitalismo cognitivo nos dejan sin fuerzas, extenuados, y con la impresión de que queda mucho por hacer, y poco apoyo institucional y económico. Estas perspectivas siguen siendo, por desgracia, incómodas en la academia.

Entrevista No.23

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Orlando Berti

- **Nacionalidad.**

Brasileiro

- **institución a la que pertenece.**

Universidade Estadual do Piauí

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Pelos vínculos de militância, atuação e crença com as rádios comunitárias.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Da necessidade de mostrar e explicar as potencialidades do movimento de rádios comunitárias na região mais pobre do Brasil.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Sim. A instituição que faço parte, em que sou professor, pesquisador e extensionista, dá total apoio às pesquisas que fazemos.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Há uma valorização não tão alta, visto que os assuntos de uma mídia massiva e de outros tipos de comunicação são mais valorizados e mais afamados.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Claro, principalmente em ir às comunidades mostrar seus potenciais e suas vivências. Isso tem sido feito há mais de 15 anos.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

São publicadas, sempre participo de eventos (quase todos nacionais). Não participamos dos internacionais por conta dos custos e de serem em lugares de difícil acesso do estado onde vivo.

Entrevista No.24

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Eloisa Beling Loose

- **Nacionalidad.**

brasileira

- **institución a la que pertenece.**

UFRGS

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Porque entendo que comunicação e participação social são termos interligados e, em certa medida, indissociáveis. Como mobilizar a participação sem comunicação? Como pesquisadora da área da comunicação ambiental, preocupada com o enfrentamento da emergência climática, não vejo como trabalhar a comunicação sem pensar na sua articulação social, sem entender que a comunicação deve exercer seu papel de fomentador da cidadania efetiva.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Da interface com o campo ambiental, especialmente a partir dos problemas oriundos da crise climática.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Pouco. A área da discussão da comunicação ambiental, sob essa ótica da participação e emancipação social, no Brasil, tem espaço restrito e pouco financiamento. Não há vagas específicas para professores e/ou pesquisadores nas universidades e nem fomento a pesquisas nessa área, predominando uma perspectiva midiocêntrica ou voltada para assuntos dominantes (como comunicação política-eleitoral, por exemplo).

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

As atividades de extensão sob essa ótica começaram a ser valorizadas nos últimos anos, mas pesquisa e ensino ainda encontram barreiras. A comunicação participativa é vista como um campo de estudos periférico no Brasil.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Para o desenvolvimento do campo, com certeza. Houve um aumento de pesquisas na área e uma qualificação também nas últimas décadas, tornando o enfoque mais consistente e atraente para jovens pesquisadores. O impacto na realidade é mais difícil de mensurar, sendo mais perceptível em ações de extensão e atividades pontuais de ensino.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Sim, publico em revistas indexadas e participo de congressos nacionais e internacionais (porque há exigências institucionais nesse sentido). Porém, penso que há muitas brechas no sistema para repercutirmos nosso trabalho em outras instâncias (institucionais, políticas e educacionais, por exemplo) e que podem trazer resultados mais concretos sobre a propagação do nosso trabalho.

Entrevista No.25

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Lylian Rodrigues

- **Nacionalidad.**

brasileira

- **institución a la que pertenece.**

Universidade Federal do Amapá

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Sou ativista em movimentos sociais e políticos diversos, concentrando maiores esforços sobre as atividades com as mulheres, negrxs, LGBTs entre vários outros grupos, FACADE, Associação Comunitária (CASP), Periferia (Ponte do Axé), etc.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Opressão, Exclusão e Injustiça social, racial e de gênero

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

É relativo, sim e não. Há quem compartilhe e há quem rejeite dentro da minha instituição assim como em outras instituições internacionais houve aceitação e também

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

silenciamento. Não penso que seja por causa da minha pesquisa, mas por causa da mentalidade. Até chamam, talvez por um sentido de "cota", mas restringem a fala.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Em meu Colegiado de Jornalismo é dado um valor mínimo, inclusive, recentemente há uma proposta de Núcleo Docente Estruturante para retirar a disciplina de Comunicação Política do Curso. Consigo parceiras fora do meu Colegiado, em outros como Ciências Sociais, História, Artes, mas em Comunicação mesmo tem sido nulo. Minhas atividades cumprem extensão para o currículo, mais ou menos assim que é tratada a comunicação participativa, como mero componente curricular a ser cumprido

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Sim, há um limite na produção e recepção do material. Mesmo porque quando se está envolvida nas ações, o tempo necessário para a escrita se reduz. E esta é a mais valorada enquanto "resultado" acadêmico. Os resultados sociais, das interações e da vida cotidiana, são evidentes na realidade do convívio, dos debates orais e das ações.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Há publicações sim, sobretudo por causa de uma rede de intelectuais que atua em conjunto. É assim que as investigações são publicadas, quando alguém desta rede está na edição da revista ou do livro e chama. Minha rede é nacional, não internacional. Talvez pelo amadurecimento do meu trabalho.

Entrevista No.26

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Mónica Marión Caataño otálora

- **Nacionalidad.**

Colombiana

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Javeriana Cali

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Hay dos razones, una que tiene que ver con mi formación, estudié comunicación social con énfasis en comunicación comunitaria en la Universidad del Valle y la segunda es de orden político, considero que a este país requiere de procesos participativos dada su diversidad y su complejidad. La investigación tradicional, clásica no le apuesta a la transformación ni al cambio social, genera conceptos, conocimiento que no siempre aporta a las comunidades ni a los grupos humanos.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Surgen de la realidad social, de los problemas de los indígenas, de las subjetividades de los jóvenes, de situaciones que aquejan a personas vulnerables.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

En algunas ocasiones. Hay dificultades para la comprensión de los modos de hacer investigación participativa, es más, los formatos plantean "resultados esperados", "entregables" con antelación y pese a que desde la investigación cualitativa los objetos se van construyendo y delineando, es más difícil con la investigación participativa porque no siempre es posible prever todo lo que se deriva de ella. He contado con recursos limitados y con muy poco tiempo.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

En la institución en la que laboro, hay posiciones divididas frente a la investigación, hay investigadores que la investigación participativa no es "objetiva" y prefieren las teorías "duras", son puristas en métodos y procesos y, hay conmigo otros investigadores que asumen la investigación como un compromiso político y ético con los grupos de personas con las que trabajamos, y consideramos que es necesario retribuir, desde las necesidades de las comunidades y no desde los deseos del investigador, con aportes que realmente sean útiles a la comunidad.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Cada vez creo que las transformaciones se hacen desde los microescenarios sociales y que es posible aportar al cambio con pequeñas acciones. Los resultados que he tenido en los trabajos que he estado realizando contribuyen de manera significativa a la transformación de las personas, a su visibilidad y en menor medida al campo mismo. Las reflexiones se constituyen en un desafío para plantear nuevas metodologías de trabajo o técnicas mucho más horizontales.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Cada vez es más difícil publicar en revistas indexadas, en la revista de mi propia Universidad, tuve un artículo durante dos años y no tuve respuesta, sin embargo, la participación en Congresos nacionales e internacionales con los resultados de los trabajos es posible.

En este momento participo en tres redes internacionales de conocimiento que son útiles para compartir hallazgos, resultados y encontrarse con investigadores que trabajamos bajo "ideales" que nos dan esperanza y que al menos, me permiten sentir que hago algo por este país.

Entrevista No.27

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

José Cisneros

- **Nacionalidad.**

Mexicana

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Autónoma de Puebla

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Después de años de revisar las teorías funcionalistas de la comunicación que proceden de Estados Unidos, y concluir que son variaciones de un mismo modelo unidireccional, decidí buscar otros enfoques en la teoría y en la práctica.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Frente al modelo de comunicación unidireccional uno se pregunta por ideas y prácticas participativas, horizontales, biunívocas, respetuosas, creativas.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Siempre he contado con el apoyo de las universidades donde he trabajado.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

No hay discusión académica de enfoques y conceptos, pero hay un respeto permanente al trabajo de cada uno.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Por ahora al desarrollo del campo, pero un criterio de investigación es devolver el conocimiento obtenido a la población que se investigó.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Respondo Sí a sus preguntas en general, y no me interesa pagar por publicar, ni cobro por mis publicaciones. Me interesa devolver el conocimiento al sujeto investigado.

Entrevista No.28

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Laura Pimenta

- **Nacionalidad.**

Brasil

- **institución a la que pertenece.**

Universidade Federal de Minas Gerais

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Em minha graduação me aproximei do campo da chamada relações públicas comunitárias e me interessei bastante pela temática. Diante disso, enveredei pelo caminho da comunicação pública na pós-graduação, por me interessar pela democratização da comunicação e dos processos comunicativos de movimentos sociais e populares.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Surgem da problematização das formas de comunicar dos movimentos sociais e populares, do interesse pela dinâmica e pelos processos de mobilização social e desmobilização social na comunicação pública.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Meu doutorado, em que desenvolvi a pesquisa sobre os processos mobilizadores em contextos embaraçosos contou com o financiamento público da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

O programa de pós-graduação em comunicação social da Universidade Federal de Minas Gerais valoriza muito as questões de democratização da comunicação, da deliberação pública, da democracia participativa e dos processos de comunicação pública e mobilização social. Vários projetos do programa tratam da questão.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Penso que minha pesquisa contribui tanto para o desenvolvimento do campo quanto pela transformação de uma dada realidade, pois acredito muito na práxis.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Tenho 3 publicações em revistas indexadas, referentes às minhas pesquisas. Anualmente participo de congressos nacionais e internacionais. Participo da ALAIC e de um grupo de pesquisa da Universidade Nacional de Córdoba, Argentina. Sobre as exigências do capitalismo cognitivo, procuro sempre produzir publicações, mas que tenham forte base teórica e empírica, o que faz com que minha produção seja menor do que a de um científico das ciências exatas.

Entrevista No.29

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Luciana Margherit

- **Nacionalidad.**

Argentina

- **institución a la que pertenece.**

INTA - UNR

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Participo de un proyecto de investigación en la universidad y trabajo en un organismo de ciencia y técnica vinculada al sector agroindustrial del país.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De ámbitos rurales, producción agropecuaria, ciencia y técnica y de organizaciones.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Sí, todas cuentan con recursos. Si no son financieros, son del orden de la disponibilidad de tiempo, entre otros.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Trabajamos desde otro enfoque, que es la Investigación Enactiva en Comunicación. Sin embargo en 2018 fuimos sede y grupo anfitrión del Primer Encuentro de la Red Sentipensante para la transformación social "Metodologías de investigación y procesos participativos. Desbordes comunicacionales desde lo público", en la ciudad de Rosario, Argentina.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Es una contribución a ambas cosas.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Sí, trato de participar en la mayor cantidad de espacios posibles a medida que las investigaciones avanzan.

Entrevista No.30

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Sonia Uruburu-Gilède

- **Nacionalidad.**

Colombiana

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Santo Tomás

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Interés particular en el campo de la comunicación, desarrollo y cambio social, área investigativa de tipo interdisciplinar en donde la participación de las bases poblacionales es el eje central para la transformación de las realidades sociales.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

De mi conocimiento profundo del contexto amazónico, región en donde he investigado la mayor parte de mi vida profesional.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Sí, apoyo institucional de carácter nacional.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Muy bien, aunque poco a poco y de acuerdo con la regencia de turno ha el tema ha venido perdiendo interés, lo cual se relaciona directamente con la disponibilidad de recursos (cada vez menor)

Los colegas investigadores y los estudiantes la valoran altamente.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

A las dos cosas. Primero es un trabajo inscrito en el campo anteriormente nombrado y aporta en cuanto a metodología y teoría interdisciplinar.

De la misma forma ha contribuido a la transformación de la realidad. Metodológicamente se ha inscrito en la conocida IAP y es uno de los ejemplos que indica su efectividad.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Que tristeza aquello del capitalismo cognitivo, pero si: Tengo publicaciones, algunas no indexadas y otras sí. He participado en diferentes congresos entre los que se destacan la IAMCR y ALAIC. Congreso Internacional de Comunicación e Investicom. Pertenezco a las redes: REDECAMBIO y OURMEDIA.

Entrevista No.31

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Rodolfo Ramírez

- **Nacionalidad.**

Colombiano

- **institución a la que pertenece.**

Universidad Nacional de Colombia

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Son una modalidad de creación de obras comunicativas que se presume, están más directamente vinculadas con los intereses de las comunidades que las de los medios de comunicación corporativos o públicos dependientes del estado.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

Los problemas surgen de la diferencia entre lo que se supone que debe ocurrir de acuerdo con las conjeturas teóricas y lo que ocurre en la realidad.

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Sí las investigaciones han contado con el apoyo de la Universidad en que trabajo.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

La institución valora positivamente estas iniciativas de investigación'

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

Estas investigaciones contribuyen a la comprensión de la realidad de lo que ocurre en este campo.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

En efecto participo con estas investigaciones en diferentes congresos.

Entrevista No.32

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Lisbeth Araya Jiménez

- **Nacionalidad.**

Costarricense

- **institución a la que pertenece.**

Universidad de Costa Rica, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva

- **1. ¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

* Posición política
* Perspectiva latinoamericanista
* Trabajo con organizaciones sociales
* Reconocer mis privilegios y procurar aportar (humildemente) desde la academia a procesos de inclusión, equidad y democracia.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

* De mi trabajo profesional, por conocer el sector en el que me he desarrollado
* De las expectativas de las contrapartes
* De las necesidades académicas de las y los estudiantes en formación

- **3. Las investigaciones que ha emprendido dentro de este campo, ¿han contado con apoyo -recursos, tiempo, reconocimientos- de las instituciones de las que hacen parte o de otras instituciones nacionales o internacionales?**

Sí. Siempre Especialmente de los sectores cooperativo y académico en los que he desarrollado todo mi trabajo profesional.

- **4. ¿Cómo es valorada por la institución a la que pertenece y por sus colegas investigadores, la investigación en comunicación participativa?**

Las valoraciones no son unívocas ni monolíticas, tampoco estáticas en el tiempo; han variado y varían en función de las personas que asuman los puestos de toma de decisiones, los momentos y coyunturas históricas, incluso en atención a lo que la cooperación internacional esté financiando y apoyando. Son muchos actores y procesos. El campo de la comunicación es también diverso, por tanto para quienes trabajamos en comunicación social u organizacional, las valoraciones son positivas; para otros ámbitos de la profesión podrían no serlo.

- **5. En su opinión, los resultados de sus investigaciones en este campo, ¿contribuyen al desarrollo de este mismo campo?, O quizás, ¿a la transformación de una determinada realidad? ¿A las dos cosas?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

La aspiración es siempre que suceda lo segundo, sin embargo nuestras posibilidades desde la vida académica son limitadas; aún así estoy satisfecha del uso que se le ha dado a los estudios que he promovido y desarrollado junto al sector cooperativo.

- **6. ¿Sus investigaciones son publicadas en revistas indexadas? ¿Participa en congresos nacionales o internacionales que publiquen los mejores artículos en estas revistas? ¿Participa en redes internacionales de conocimiento? Es decir, ¿cómo afronta las exigencias del capitalismo cognitivo en la investigación en este campo?**

Sí, publico en revistas indexadas, participo en congresos y redes internacionales de investigación. No hay como huir de esto, lo que puede hacerse, desde mi punto de vista, es no entrar en la locura productivista que es ajena y antagónica a nuestra epistemología y nuestra práctica.

Entrevista No.33

- **Escriba aquí su nombre y su apellido.**

Andrea Vela Alarcón

- **Nacionalidad.**

Peruana

- **institución a la que pertenece.**

Universidad de Toronto

- **1.¿Cuáles son las razones para vincularse a investigaciones del campo de la comunicación participativa?**

Mi trabajo es más que todo relacionado a procesos de creación participativa. Si bien eso está basado en procesos comunicativos, lo que me atrae es la habilidad de creación y su capacidad de crear intimidad en periodos cortos. Creo que en una academia cada vez más neoliberalizada, es importante investigar lo participativo y lo creativo, para ir más allá de individualismos y explorar colaboraciones y potencialidades de ella en colectividad. Hay más cosas, y si quieres podemos hablarlas, pero no tengo mucho tiempo de escribirlas.

- **2. ¿De dónde surgen los problemas de investigación que ha abordado dentro de sus investigaciones en este campo?**

En el momento en el que hay que “medir” o evaluar resultados. Lo participativo involucra procesos de afecto que no deberían medirse, sino explorarse.

Anexo 2 Entrevistas a estudiantes, egresados y profesores de los posgrados estudiados

2.1 Entrevistas a Estudiantes.

Entrevista No.1

- **Nombre:**
Mauren Villalba Rodriguez
- **Maestría que está cursando:**
Comunicación desarrollo y cambio social
- **Universidad**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Santo Tomas

- **País:**

Colombia

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Me brinda la posibilidad de poder articular los temas de mi interés como es el trabajo con comunidad.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Capacidad de análisis desde los diferentes campos conceptuales que se articulan dentro de esta maestría como son, comunicación, desarrollo social, participación ciudadana.

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Educadora especial de formación, especialista en educación superior, trabajo con población reconocida como vulnerable.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

El aprendizaje colaborativo, Entre las estrategias participativas se cuenta el debate grupal para la consolidación de conocimientos.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Si

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

Excelente, a través de esta maestría se fortalecieron acciones y habilidades tanto personales como profesionales.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

En términos académicos aporta a la consolidación y formación de profesionales con un alto perfil encaminados al trabajo con comunidades. Aporta en la creación de conceptos y verificación de hipótesis. En los temas políticos se enfatiza la importancia de aportar en un crecimiento social.

Entrevista No.2

- **Nombre:**

Nury Rojas

- **Maestría que está cursando:**

Plangesco

- **Universidad**

UNLP

- **País:**

Argentina

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Porque mi formación de pregrado estaba enfocada hacia la práctica del periodismo y aunque también abordaba la comunicación social, necesitaba profundizar en este campo, específicamente en lo que tiene que ver con la comunicación para el desarrollo.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Son personas con una mirada humanista y una constante preocupación por el campo social, que se preocupan por inculcar en sus estudiantes de maestría formas y mecanismos para transformar positivamente la sociedad.

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Me desempeñé como periodista de la agencia de noticias internacional EFE, también coordiné la Sección Internacional del noticiero más antiguo de mi país y siempre tuve un interés por sacar mi profesión más allá de mi país y generar procesos que impacten a nivel latinoamericano y global.

Provengo de un país con profundas desigualdades sociales, que necesita profesionales que trabajen para mejorar las condiciones de los ciudadanos.

Y a nivel político, predomina la corrupción y los intereses empresariales y de la clase acomodada del país, por encima de los programas sociales que necesitan los más desfavorecidos.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

Existen muchos recursos. Planes o campañas de comunicación que involucren a los actores o protagonistas de nuestros objetivos; el diálogo y debate como herramienta para resolver conflictos; la agrupación y socialización como vía para proponer conjuntamente soluciones a problemáticas identificadas; el uso de la tecnología como aliado para optimizar los procesos de comunicación, entre otros.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Se promueven las dos vías. El aprendizaje colectivo está muy presente y cada compañero aporta desde sus conocimientos, su contexto, experiencias, cultura, entre otros. El proceso de aprendizaje se hace en conjunto, con los aportes de docentes y maestrandos.

También dialogamos con otras ramas o disciplinas diferentes a las que competen a Plangesco, y la posibilidad de tomar materias electivas permite que podamos obtener un aprendizaje desde otras ramas del saber.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

La universidad valora y entiende la importancia de la maestría, sin embargo... considero que debe darle mucha más relevancia, pues Plangesco, más allá de ser una maestría, es una experiencia de vida que permite trabajar y transformar vidas.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

En términos académicos aborda a diferentes docentes y expertos latinoamericanos para poder brindar una mirada global y que provenga de voces creíbles en la materia. Está en constante actualización, para poder modernizarse y cambiar con el paso del tiempo, los cambios sociales y tecnológicos, entre otros.

A nivel político, es una maestría con una fuerte mirada humanista y alineada con visiones de la llamada "izquierda" latinoamericana.

Entrevista No.3

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **Nombre:**

Alexandra Guerra

- **Maestría que está cursando:**

Gestión Estratégica de la Comunicación

- **Universidad**

UCA

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Porque quiero especializarme y formar una carrera profesional en las comunicaciones. En el campo laboral hace falta contar con especialistas que conozcan de técnicas, métodos para aplicar al trabajo. Creo que los conocimientos me ayudarán a tomar decisiones acertadas para proyectos y planes de comunicación efectivos.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Especialistas

Académicos

Lectores

y

críticos

Generadores

de

opinión

Generadores de conocimiento

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

He tenido un recorrido meramente académico. De los 14 a los 18 años formé parte de una escuela especializada en letras que me permitió desarrollar pensamiento crítico sobre la realidad, pero basado en conocimiento académico.

Después estudié una licenciatura en Ciencias de la Comunicación con especialización en Periodismo, aunque también recibí formación para generar planes de comunicación, campañas, iniciativas con enfoques publicitarios.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

- Lectura de textos académicos
- Redacción de ensayos
- Desarrollo de exposiciones (en línea)
- Espacios de discusión de temas (en línea)
- Asesorías en línea, en tiempo real
- Videos que desarrollan el tema

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

El interaprendizaje. Al final todos colaboramos como equipos pero cada integrante aprende por su cuenta qué mejorar o extrae información por su cuenta para completar su colaboración con el equipo.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

Una valoración positiva. Veo que los maestros se involucran en actividades o conferencias relacionadas a las Comunicaciones, lo que le permite empezar a posicionarse en el ámbito.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

A la investigación con enfoque social. A la crítica de la realidad. No podría establecerla "en un lado" político, porque la aplicación del conocimiento depende de los propósitos del estudiante.

Entrevista No.4

- **Nombre:**

Roxana Guzmán

- **Maestría que está cursando:**

Gestión Estratégica de la Comunicación

- **Universidad**

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA JOSÉ SIMEÓN CAÑAS

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Porque considero que la comunicación es fundamental para las relaciones humanas, además estratégicamente las empresas necesitan tener personal capacitado en estas áreas para responder a las diferentes situaciones comunicacionales con sus públicos que pudieran acontecer.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Profesionalismo

Experticia

Ética

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Por 14 años he trabajado para una universidad en su área administrativa, como apoyo en el área de comunicación interna de la alta dirección.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

Se utiliza mucho la virtualidad y equipos audiovisuales.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

si, la metodología que se esta implementando nos permite aprender haciendo.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

considero que la UCA, tiene una amplia trayectoria y prestigio en la formación de profesionales de todas las areas y especialidades, confio en que lograré aprender todo lo necesario para poder desempeñarme en el área de las comunicaciones.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

En mi opinión, la maestría en términos académicos y políticos le apuesta a formar profesionales capaces de enseñar, a tener pensamiento y análisis crítico.

Entrevista No.5

- **Nombre:**

Carlos Domínguez

- **Maestría que está cursando:**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Gestión estrategia de la comunicación

- **Universidad**

UCA

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Porque considero que me ha permitido ampliar mis conocimientos sobre las comunicaciones. Así mismo, he desarrollado competencias que me permite optar para nuevas áreas laborales.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Críticos, amables, profesionales.

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

graduado de Licenciatura en Relaciones Internacionales. Llamo mi atención la maestría a partir de un diplomado en comunicación institucional y marketing político. Me desempeño como docente en otra universidad en el área de Relaciones Internacionales.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

Existe una visión por competencias. Aprendizaje basado en proyectos. Cuentan con módulos de taller.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Considero que existe una visión de aprendizaje colectivo.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

Muy buena. Todas las herramientas que he aprendido son útiles.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

La formación de profesionales en la comunicación que sean estratégicos. Apuestan por un profesional que se pueda adaptar a distintos ámbitos de la comunicación. Sobre todo relativos a la comunicación social y comunicación para el cambio social.

Entrevista No.6

- **Nombre:**

Rita Santamaría

- **Maestría que está cursando:**

Gestión Estratégica de la Comunicación

- **Universidad**

Uca

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Porque tuve la oportunidad de que la institución con la que trabajo me apoye. La segunda es porque tiene relación con mi profesión y mi trabajo.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Solo he conocido 1 profesor y 1 profesora y tienen bastantes conocimientos, saben transmitirlo y además se ve en ellos que les interesa que el alumno o alumna aprenda. Se que los maestros y maestras de la Uca tienen prestigio.

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Soy licenciada en periodismo graduada en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Trabajé durante 10 años para un diario nacional. Diario Tiempo. Tengo 16 años de trabajar en comunicación con la Compañía de Jesús, específicamente en el ERIC y Radio Progreso.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

Son clases bien preparadas con suficiente bibliografía. Se utiliza la plataforma virtual para mantener la relación maestro_ alumno. Los contenidos son adaptados a las realidades de cada país. Hay complemento y guía del trabajo en grupo por parte del maestro. Se utilizan recursos audiovisuales. Hay atención a las necesidades de los y las estudiantes

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Claro, si se promueve el aprendizaje colectivo

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

Un 10

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

A fortalecer las capacidades en el campo de la comunicación. A que seamos críticos, analíticos y reflexivos. A entender que la Gestión de la comunicación tiene relación en todas las áreas del conocimiento.

Entrevista No.7

- **Nombre:**

Claudia Meyer

- **Maestría que está cursando:**

MAGECO

- **Universidad**

UCA

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Las líneas de investigación incluían comunicación y cultura; esa vinculación siempre me ha gustado mucho.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Abiertos al diálogo, de gran experiencia profesional dentro y fuera del aula, con habilidades para compartir y transmitir el conocimiento.

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Un pre grado en mercadeo y especialización en medios de comunicación y nuevas tecnologías. Experiencia laboral en coordinación académica de un taller de cine y televisión, de una escuela de jóvenes talentos en letras, de una academia sabatina en experimental en ciencia y tecnología de la comunicación y de la célula sectorial de industrias creativas del ministerio de economía del país. Actualmente ejerzo investigación.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

Clases presenciales dialogadas.
Talleres presenciales.

Asistencia virtual: plataforma con materiales pedagogicos, planificación académica, lecturas, tareas y evaluaciones, además de los foros.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

No, la orientación es muy hacia cada estudiante.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

Pareciera que le da más énfasis a las del campo economico.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

En lo académico a especializarse en comunicación vinculada a cultura, educación, tecnologías, procesos participativos y desarrollo.

En lo político: a ejercer opinión crítica desde la academia, en las áreas mencionadas.

Entrevista No.8

- **Nombre:**

Mónica Mejía

- **Maestría que está cursando:**

Gestión estratégica de la comunicación

- **Universidad**

Universidad centroamericana José Simeon Cañas

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Porque me interesa fortalecer mis conocimientos en un campo donde los estudios culturales y la investigación participativa convergen con la comunicación

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Son dinámicos, se interesan en generar un aprendizaje que se aleje del canon estudiante (pasivo) y profesor (activo). En su lugar, se aprende en un espacio que respeta los saberes de todos y los docentes promueven la participación para adecuar la teoría al contexto práctico de cada estudiante

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

En mi caso, provengo de la Facultad de Letras. Mi experiencia es la edición y creación de contenido. Además, de una breve experiencia en la colaboración de investigación.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

Se emplea en su mayoría un aprendizaje colaborativo y basado en proyectos. Es decir se promueve trabajo de investigación, exposiciones al respecto y diálogo con los demás

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

compañeros. También se utiliza el auto-aprendizaje mediante ensayos y comentarios de textos.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Si, lo considero. Como ya lo he mencionado, su mayor fuerte es la colaboración entre profesores y compañeros de estudio.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

Según mi experiencia, le ofrece una valiosa valoración porque constantemente se busca expandir los horizontes de los estudiantes. Nunca se ha sentido que el proceso de aprendizaje es descuidado por la atención universitaria.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

Le apuesta a la formación de personas observadoras y preparadas para el análisis en diversos ámbitos. A posterior, se encarga de una formación de profesionales con una visión e interés social. Ello con el objetivo de estar al tanto del acontecer político-social actual y tener una mirada lo más objetiva posible sobre el bienestar colectivo

Entrevista No.9

- **Nombre:**

Ana Isabel Sotelo de Munguia

- **Maestría que está cursando:**

Gestión Estratégica de la Comunicación

- **Universidad**

Universidad Centroamericana

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Porqué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Es la única maestría que combina cultura y comunicación, igual incluye temáticas como acción participativa y desarrollo.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Lo ideal es que sean especialistas y que tengan experiencia en la cátedra asignada. Sin embargo, falta que implementen estrategias para impartir, en forma práctica y aplicable. En esto ha fallado la UCA.

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

He tenido la oportunidad de estar en el ámbito académico, desde el año 2000, teniendo la oportunidad de laborar en Proyección Social, Gestión Educativa, Extensión Universitaria y como docente.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

En las clases presenciales son magistrales y teóricas. En forma virtual, la participación en foros, lecturas que pocas veces son aplicadas y subir tareas asignadas. Considero que debería ser más aplicada la teoría y ser exigentes académicamente. Se tuvo docentes que coordinaba comida en las clases para no impartir clases y otros docentes que negoció para ubicarnos la misma calificación para no complicarse.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Eso sería lo óptimo pero no se ha desarrollado, ni en forma incipiente.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

Lastimosamente, no considero ninguna valoración o importancia para la universidad ni para las personas responsables de esta área. En muy pocas ocasiones han tenido un acercamiento a los estudiantes y las consultas que se les formulan, no son respondidas. Igual, hay docentes que no contestan inquietudes amparándose que pasan muy ocupados.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

A nivel académico ha incursionado el componente cultural que es muy importante, permite que el área de comunicacional se proyecte en nuevos campos.

Entrevista No.10

- **Nombre:**

Ana Isabel Sotelo de Munguia

- **Maestría que está cursando:**

Gestión Estratégica de la Comunicación

- **Universidad**

Universidad Centroamericana

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Es la única maestría que combina cultura y comunicación, igual incluye temáticas como acción participativa y desarrollo.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Lo ideal es que sean especialistas y que tengan experiencia en la cátedra asignada. Sin embargo, falta que implementen estrategias para impartir, en forma práctica y aplicable. En esto ha fallado la UCA.

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

He tenido la oportunidad de estar en el ámbito académico, desde el año 2000, teniendo la oportunidad de laborar en Proyección Social, Gestión Educativa, Extensión Universitaria y como docente.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

En las clases presenciales son magistrales y teóricas. En forma virtual, la participación en foros, lecturas que pocas veces son aplicadas y subir tareas asignadas. Considero que debería ser más aplicada la teoría y ser exigentes académicamente. Se tuvo docentes que coordinaba comida en las clases para no impartir clases y otros docentes que negoció para ubicarnos la misma calificación para no complicarse.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Eso sería lo óptimo pero no se ha desarrollado, ni en forma incipiente.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

Lastimosamente, no considero ninguna valoración o importancia para la universidad ni para las personas responsables de esta área. En muy pocas ocasiones han tenido un

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

acercamiento a los estudiantes y las consultas que se les formulan, no son respondidas. Igual, hay docentes que no contestan inquietudes amparándose que pasan muy ocupados.

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

A nivel académico ha incursionado el componente cultural que es muy importante, permite que el área de comunicacional se proyecte en nuevos campos.

Entrevista No.11

- **Nombre:**

Gabriela Carías

- **Maestría que está cursando:**

Gestión Estratégica de la Comunicación

- **Universidad**

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas

- **País:**

El Salvador

- **1) ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Para actualizar mis conocimientos sobre el campo de la comunicación en mi país.

- **2) En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

su adaptabilidad, la aplicación de sus contenidos a la vida diaria laboral.

- **3) ¿Cuál es su recorrido académico/social/político que le permite hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Permite analizar el contexto social y político diario y en base a eso trabajar ejercicios prácticos.

- **4) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizan en las clases de la Maestría?**

Debido a la situación de pandemia, se ha reducido a una interacción virtual, que no sustituye las clases presenciales, pero los profesores han sabido adaptarse.

- **5) ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

si, creo que la maestria es un recorrido interdisciplinario que toma la teoría y busca la forma de aplicarlas a nuestros trabajos actuales.

- **6) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual es estudiante?**

La toman mucho en consideración, partiendo que de esta maestria han surgido muchos analistas y líderes de opinión. a formar

- **7) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que está cursando en términos académicos y políticos?**

a formar profesionales que se actualizan constantemente y son capaces de incidir con su labor y opinión dentro del contexto nacional.

2.2. Entrevista a egresados**Entrevista No.1**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **Nombre:**
Fernando Flórez
- **Maestría que curso:**
Planificación y gestión de procesos comunicacionales PLANGESCO
- **Universidad:**
Universidad Nacional de La Plata UNLP
- **País:**
Argentina
- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**
Por los contenidos y la calidad del programa. Además por la carencia de una maestría con este enfoque en mi país.
- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**
Humanidad y excelencia en su formación académica y desempeño profesional.
- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**
Académico en el área de la planificación y gestión de la comunicación. Social, aplicar los conocimientos adquiridos en una población específica de un territorio determinado en Colombia. Político, trabajar desde la comunicación la conciencia de la esfera política de los sujetos del territorio con el que trabaje en búsqueda de la transformación de sujetos políticos que dialogan con el Estado en la búsqueda de una política pública.
- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**
Clases magistrales, bibliografía, construcción de conocimiento colectivo a partir del diálogo.
- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**
Sí, ambos porque es un espacio de diálogo entre saberes.
- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**
Alto, la maestría PLANGESCO es una de las insignias de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**
A la transformación de realidades negativas donde el maestrando puede aplicar los conocimientos obtenidos. En términos políticos promueve la planificación y la gestión, pero, apelando al papel del Estado como protagonista de los procesos de transformación.

Entrevista No.2

- **Nombre:**
Liliana Raigoso
- **Maestría que curso:**
Comunicación-educación en la cultura
- **Universidad:**
UNIMINUTO
- **País:**
Colombia
- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**
Considero que es un campo que se debe profundizar, ya que permite entender las conexiones entre lo educativo, lo cultural y la comunicación, además nos da herramientas para que los procesos de enseñanza-aprendizaje sean más significativos para nosotros y nuestros estudiantes.
- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**
Son personas comprometidas con sus contextos, enamoradas de la educación y convencidas de que las transformaciones se hacen desde la formación política de los estudiantes.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

En primer lugar, desde que me gradué del pregrado tuve la oportunidad de hacer procesos de educomunicación con niños, por eso, me vincule a la especialización en comunicación educativa, el haber cursado la especialización me permitió entender la importancia de este campo y con los años y el camino recorrido decidí hacer esta maestría para complementar los aprendizajes del pregrado y la especialización y seguir trasladándolos y mi campo de acción laboral.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

Aulas abiertas

Debates

Exposición Crítica

Propuestas desde el arte

Investigación Situada

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Creo que busca generar procesos de interaprendizaje en donde se pongan en juego conocimientos que no son considerados como tal porque han sido estigmatizados por siglos, por supuestamente no tener un sustento científico

Conjugar el saber ancestral con el saber científico permite que el estudiante también entienda que todo conocimiento se debe valorar.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Al ser una maestría relativamente nueva se generan muchas expectativas sobre la misma, en ese sentido, creo que la universidad cree mucho en el valor de esta maestría y en su propuesta educativa innovadora y transformadora.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

En la comprensión del campo de la educación más allá de la idea de que la academia es el único lugar real para la construcción de conocimientos, busca que sus estudiantes realmente se comprometan con su entorno y valoren conocimientos que no están mediados por la academia.

Entrevista No.3

- **Nombre:**

María Ilse Andrade Soriano

- **Maestría que curso:**

Comunicación Desarrollo y Cambio Social

- **Universidad:**

Uniminuto

- **País:**

Colombia

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Soy comunicadora social y mi experiencia profesional ha estado vinculada con la comunicación comunitaria o ciudadana, por esta razón quise hacer énfasis en este campo de la comunicación y encontré esta maestría.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Durante el tiempo que cursé la maestría, los docentes tenían experiencia en el campo, tanto en el ámbito académico como en la ejecución de estrategias o proyectos comunicativos relacionados con procesos de desarrollo y de cambio social.

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Mi primer acercamiento a este campo de la comunicación fue cuando recién terminé el bachillerato me vinculé con un colectivo juvenil que hacía radio comunitaria en mi barrio. Estudié comunicación social y periodismo en la Universidad Surcolombiana, el énfasis de mi carrera era

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

comunitario y mis experiencias laborales han estado relacionados con procesos sociales, educativos y comunitarios.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

La maestría tenía sesiones mensuales de 3 días en donde algunos de los cursos se impartían de manera intensiva- Los docentes solían impartir sus clases de forma catedrática y en algunos casos hicieron uso de recursos como videos, presentaciones, audios, fotografías o salidas pedagógicas. Otras estrategias usadas fueron trabajos en grupo, talleres, lecturas y trabajos extraclase.

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Considerando que nuestro grupo era pequeño, se facilitaba el diálogo durante las clases y el trabajo colectivo. Los momentos fuera de clases, generalmente debíamos realizar trabajos grupales lo cual permitía que pese a nuestras distancias se promovía el encuentro así fuera a través de medios digitales. Sin embargo, si pienso que faltó aprovechar el uso otros medios o herramientas digitales para el aprendizaje.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Pienso que para la universidad debe ser importante considerando que es una de las primeras maestrías que ofertó. Sin embargo, opino que iniciando la maestría realizó cambios drásticos que afectaron su planteamiento inicial. Me explico, según lo que conozco de la situación actual de la maestría, creo que no ha logrado generar nuevos avances en la construcción de conocimiento sobre el campo de la comunicación y el cambio social.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

Pienso que su apuesta es cualificar profesionales vinculados con procesos o escenarios de trabajo con comunidades y procesos de desarrollo humano.

Entrevista No.4

- **Nombre:**

Omar Fernandez O

- **Maestría que curso:**

Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social

- **Universidad:**

Uniminuto

- **País:**

Colombia

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Por la orientación crítica que percibí en el currículo y la orientación práctica o la relación con la acción.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

En general fueron personas con un gran manejo de sus temas, vari@s de ell@s bastante crític@s y con ese vínculo directo con la acción social.

Hubo un grupo de profesores provenientes de otros países, lo cual estaba orientado a un enfoque de internacionalización del programa. Esto fue muy interesante. Aunque en algunos casos me parece que no funcionó como se quería porque se percibía una cierta desconexión con el conjunto de la propuesta de la maestría.

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Académicamente yo venía de terminar un pregrado en Comunicación Social que en general abrió muchos horizontes.

A nivel social mi recorrido alude a toda una vida de trabajo con las comunidades más pobres de nuestro país y a un deseo de cambiar las estructuras sociales de injusticia.

A nivel político cuento con un historial bastante largo de compromiso y participación activa en

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

movimientos sociales populares de muchas índoles y de un ejercicio fuerte en el campo de la educación y la comunicación popular.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

En general se estuvo en un permanente ejercicio de vínculo con la realidad social, tratando de hacer un polo a tierra entre la teoría y realidad circundante. Esto ayudaba mucho a comprender el papel de la comunicación como un factor de cambio en un sentido muy amplio que iba más allá de las herramientas y los instrumentos de la comunicación.

Este ejercicio en muchos sentidos abrió la mirada a nuevos horizontes de comprensión de la realidad.

Hubo muchas herramientas que apuntaron a establecer esta relación entre teoría y realidad y, teoría y acción social- política.

Sin embargo me parece que este tema no logró ser muy explícito y en lo concreto, las herramientas pedagógicas dependían de la orientación, pensamiento, destreza e interés de cada profesor(a).

Y no se percibía mucha conexión, desde la perspectiva pedagógica, entre l@s profesores.

Se contaba con un enfoque general, pero los sujetos implementadores de la estrategia de enseñanza aprendizaje no actuaban enmarcados en una corriente o una perspectiva común pedagógica.

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Realmente no me parece que la lógica como fue diseñado el programa de la maestría y menos la manera como operó esté orientada a promover el aprendizaje colectivo.

Me parece que lo colectivo se trata de una manera un tanto superficial en la dinámica práctica del proceso de formación. En general me parece que lo colectivo está muy referido al funcionamiento en grupos respecto a trabajos y tareas en las materias. Pero esto enfrenta un doble obstáculo estructural y es que por un lado el sistema educativo global está montado sobre un sistema individualista macro de competencia y de promoción profesional y de otro lado los intereses de los mismos estudiantes, está en sintonía con este horizonte social de corte capitalista en el cual se inscribe no solo el modelo económico, sino el modelo educativo, totalmente funcionales el uno al otro. En este sentido, casi que lo colectivo se convierte en un estorbo, o en un requisito formal absolutamente frívolo e intrasendente

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

En mi experiencia pude apreciar claramente dos lógicas totalmente diferentes. Inicialmente identifiqué de parte de la universidad un interés de aportar a la sociedad con un componente bastante disruptivo, crítico y de incidencia en materia de "cambio social". En ese momento se le otorgaba bastante importancia a un enfoque muy transformador con una alta calidad académica. Pero hubo un cambio al final de nuestra maestría que percibí muy orientado a concentrar la atención en elevar unos estándares "académicos" en sí mismos, en detrimento de la orientación social crítica del programa inicial, tal y como se nos había presentado inicialmente y me parece que se entró en una lógica de sacar muy "buenos" profesionales a partir de una mayor exigencia "académica". Esto tuvo un impacto muy fuerte en el grupo de estudiantes, en general fue un factor desmotivante frente a todo el ejercicio de estudio e hizo perder el esfuerzo de que el programa aportara en la construcción del cambio social desde una perspectiva de la justicia social. Una cosa es ver la maestría como un factor que aporta a una transformación social desde el papel de la formación en comunicación y otra es entrar en una competencia academicista con las otras universidades.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

Me parece que en la respuesta anterior aludo a esta otra pregunta. Ya que creo que los diferentes énfasis que observé en los cambios realizados administrativamente y operativamente en el programa de la maestría, permiten apreciar diferentes apuestas.

Una orientada más a circunscribirse dentro de un torrente crítico social desde el campo de la educación en comunicación social. Y otro orientado a fortalecer una tendencia instrumental y funcional de esta maestría al orden social dominante en el cual el sistema educativo es un componente esencial. Este último tiene como principal apuesta cumplir con ciertos estándares "académicos" para entrar en mejores condiciones en el negocio de la educación y de pado

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

producir comunicadores funcionales al sistema dominante. Creo que en esto no hay términos medios.

Entrevista No.5

- **Nombre:**

MARIA TERESA MUÑOZ PICO

- **Maestría que curso:**

COMUNICACION DESARROLLO Y CAMBIO SOCIAL

- **Universidad:**

UNIMINUTO

- **País:**

COLOMBIA

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Porque las diferentes prácticas sociales en el ejercicio, van exigiendo comprensión, análisis, reflexión teórica y académica, para apostarle a los cambios y las transformaciones sociales.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Un profesor que comprenda los diferentes momentos o contextos históricos, de los cambios y las transformaciones sociales, que este o sea parte de un proceso de construcción de nuevas propuestas para el cambio y la transformación.

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Mi formación social y política se inicio con la comunicación ciudadana y participativa en la localidad cuarta de San Cristóbal, esta practica me motivo para estudiar CSP, y luego fortalecer estos conocimientos teóricos en la maestría. Lo que me ayudo en la reflexión y comprensión de esta practica social.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

Considero que las mediaciones entre la pedagogía y estrategia no fueron claras, no se vio una directriz, sencillamente cada profesor llegaba con su propuesta temática y se desarrollaba.

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Sí, hubo mucho trabajo colaborativo y colectivo, pero también autónomo. Esta dinámica ayudo a conocer más de cada uno de nosotros.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Soy de la primera corte y se notaba una conexión entre la institución y el programa académico de la maestría, valoración que no tengo ahora, la universidad y la maestría parecen ir por senderos diferentes o de pronto iguales (desubicados)

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

En el momento que la curse, las apuestas fueron pertinentes para el cambio y la reflexión personal, Actualmente se nota una gran brecha entre el campo de conocimiento y las diferentes practicas sociales para el cambio y la transformación.

Entrevista No.6

- **Nombre:**

Eliana Benavides

- **Maestría que curso:**

Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

- **Universidad:**

Uniminuto

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **País:**

Colombia

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Mi decisión de cursar la Maestría estuvo impulsada por una búsqueda personal de orientar mi carrera hacia un trabajo más social a través de la comunicación.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Los profesores de la maestría son buenas personas, preparados e interesados en el bienestar social a través de la investigación y la docencia.

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

En realidad la Maestría fue el primer espacio en el que tuve un acercamiento a todo lo relacionado con comunicación participativa. Yo llegué a la maestría por una búsqueda personal; hay algo en mí que me dice que el trabajo con comunidades, con otras formas de relacionarnos y de construir es lo que debo hacer y lo que en realidad me nace hacer.

Ahora tengo un reto y es pensar en cómo llevar todo ese conocimiento a la práctica en espacios diferentes al académico y a la investigación. Pues todo lo que se no expuso estaba enmarcado en el área investigativa, con instituciones y cooperación apoyando esos procesos. Pero en la vida más cercana organizaciones, movimientos sociales, emprendimientos sociales, es otra cosa. Y es un trabajo interdisciplinario donde suele confundirse y quedar dejar muy difusa las propuestas de la maestría en cuanto a comunicación.

Podemos hablar de esto César, quisiera poder expresarlo y tener más claridad? Dialogarlo.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

En realidad fueron bastantes tradicionales: exposición del maestro, debates en clases, trabajos escritos, algunos trabajos en grupo (muy pocos).

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Pues más allá de los diálogos que se producían durante las clases. El método de aprendizaje de la maestría fue bastante tradicional en el sentido de contar con un docente transmitiendo sus conocimientos.

Creo, según lo entiendo, estos dos conceptos de aprendizaje no estuvieron presentes en un sentido amplio y profundo.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Para mí la maestría está totalmente alineada con los principios de la Universidad. Es decir, es una maestría que surge de una apuesta política y social que busca profundizar en un campo que la universidad ve como necesario en la actualidad.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

La maestría le apuesta a entender la comunicación como un proceso que aporta a la construcción colectiva de una sociedad más justa y equitativa.

Entrevista No.7

- **Nombre:**

Alexander Acosta Quintero

- **Maestría que curso:**

Comunicación, desarrollo y cambio social

- **Universidad:**

Uniminuto

- **País:**

Colombia

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de estecampo de la comunicación?**

Primero, porque deseaba adentrar más en las teorías y tendencias actuales d e la comunicación; Segundo, para consolidar mi conocimiento y poderlo brindar a los estudiantes actuales y del nuevo programa de Comunicación de la Unipanamericana; y por último, porque la comunicación ha sido mi campo de acción desde medios masivos y sector organizacional, pero nunca con desde los ámbitos participativos y cambio social.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las característicasde los profesores de la Maestría?**

1. Experiencia en el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social.
2. Conocimiento de teóricos y teorías del ámbito disciplinar de la comunicación.
3. Habar desarrollado proyectos de apoyo y ayuda, a comunidades vulnerables, desde la comunicación.
4. Por el nivel de maestría, tener una excelente redacción y conocimiento de estructuración metodológica de tesis y normalización a APA.

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/políticoque le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Mi recorrido pudo haber iniciado mientras trabajé por 8 años con comunidades desde Cormagdalena, empresa del Estado, la CAR del río Magdalena ubicada en Barrancabermeja; pero, realmente, creo que inicia cuando ingresé a la academia y el acercamiento a teóricos de la comunicación e impulsaron a hacer parte de la maestría.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/oestrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

En las mediaciones podría considerar de importancia el acercamiento a teóricos latinoamericanos como Jesús Martín-Barbero, Rosa María Álfaro y Alfonso Gumucio, entre muchos otros; esfuerzo de la Uniminuto por brindar educación de calidad.

Dentro de las estrategias las clases magistrales, el dividir la maestría se la línea de investigación y la línea de proyectos, y demás estrategias normales que se desarrollan en las aulas, pruebas individuales y en equipo orales y escritas.

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve elaprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Considero que ambos., porque en el interaprendizaje se da el aprendizaje colectivo también, hubo cooperación, metas y responsabilidades compartidas. Hasta el proyecto final que lo hice de manera individual.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración leotorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

No se le está dando la importancia que debería, los constantes cambios en la Dirección y docentes genera desconfianza, inestabilidad y desconocimiento del rumbo de la misma.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría quecursó en términos académicos y políticos?**

Desde lo académico a brindar acercamiento al estudiante en el campo de estudio de la comunicación y desde luego en la formación como magíster.

Desde lo político, considero que se pretende desde la ubicación laboral de los maestrantes generar acciones comunicativas de ayuda a la sociedad colombiana.

Entrevista No.8

- **Nombre:**

Gabriela Manuela Chávez

- **Maestría que curso:**

Plangesco

- **Universidad:**

Unlp

- **País:**

Argentina

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de estecampo de la comunicación?**

Porque es una propuesta integral para tener una mirada latinoamerocana y profundizar en los campos de investigación.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las característicasde los profesores de la Maestría?**

Compromiso social
Mediación pedagogía
Acompañamiento
Practicidad

Miradas territoriales en todo momento y lugar

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/políticoque le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

El recorrido es un mix de vivencias que muchas veces se dio con los compañeros maestrandos y los docentes.

No hay procesos cerrados , hay aperturas a nuevos terrenos siempre.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/oestrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

Diálogo

Análisis de situaciones del territorio

Y ponerle el cuerpo a las prácticas en más que cada maestrandos estaba involucrado.

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve elaprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Si.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración leotorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Muy buena

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

Construcción de nuevos campos de investigación y problematización de una universidad que se compromete con la sociedad.

Entrevista No.9

- **Nombre:**

Dalia Chévez

- **Maestría que curso:**

Maestría en gestión estratégica de la comunicación

- **Universidad:**

Universidad Centroamericana Dr. José Simeón Cañas

- **País:**

El Salvador

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de estecampo de la comunicación?**

Porque la comprensión estratégica de la comunicación trasciende la comprensión tradicional que se limita al emisor, el canal y el receptor.

La estrategia exige crear planes sostenibles a largo plazo.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las característicasde los profesores de la Maestría?**

Expertos. Académicos que hacen el esfuerzo por mantenerse actualizados. Críticos.

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/políticoque le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Estudié dos años de administración de empresas por presión familiar. Cuando me salí de esa carrera tomé la licenciatura en Artes Plásticas de la Universidad de El Salvador. Pero me decepcioné porque los profesores no se actualizan y existe mucha corrupción. Comencé a hacer arte por mi cuenta y después, viendo que la reflexión teórica es fundamental en el arte contemporáneo, decidí estudiar la Licenciatura en Filosofía. Después de titularme necesitaba aterrizar la teoría y me intereso la maestría de la UCA porque incluía la gestión cultural.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

En su mayoría son clases convencionales.

Proyectos grupales.

En ocasiones, intervención de otros especialistas.

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Sí, pero todavía de manera muy convencional. Se da por hecho que el aprendizaje colectivo sucede al hacer que se trabaje en grupo.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Muy buena.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

A ser críticos.

Se nos instó a vigilar los posicionamientos oficiales.

Entender la comunicación como una herramienta política muy poderosa. No limitarla al ámbito empresarial.

Entrevista No.10

- **Nombre:**

Catalina Alfonso Franco

- **Maestría que curso:**

Comunicación Educación en la Cultura

- **Universidad:**

UNIMINUTO

- **País:**

Colombia

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Porque a lo largo de mi trayectoria laboral encontré que mi gusto, amor y pasión por la comunicación y la educación son parte de mi proyecto de vida y a través de esta Maestría encontré lo que buscaba.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Profesores apasionados por lo que hacen, que creen en el proyecto y en lo que enseñan.

Profesores que creen que el cambio es posible y que este se gesta desde los campos que atraviesan la maestría.

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Transitar por saberes como la colonialidad/decolonialidad, el pensamiento complejo, la paz y no violencia, los movimientos sociales y los saberes ancestrales entre otros.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

Salidas de campo

Clases magistrales

Foros

Seminarios

Aulas abiertas

Pasantías

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Totalmente, cada clase permitía un diálogo abierto tanto con el grupo como con el profesor/a de cada clase. Compartir y debatir lecturas, trabajos escritos, exposiciones y hasta empanadas fue muy enriquecedor. Asimismo, cuando teníamos las aulas abiertas o salidas de campo, era posible compartir conocimiento con las comunidades con las que interactuamos, y como dejar de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

lado la pasantía académica, pues fue una gran posibilidad de compartir conocimiento con otros contextos ajenos a nuestra realidad o cotidianidad.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Quizás desde fuera de la Facultad no son plenamente conscientes del valor tan especial que tiene el contar con una maestría como está. Creo que han sido en medio de todo, desde la parte administrativa, abiertos a los procesos a veces distintos que requiere el programa, pues el hecho de contar por ejemplo con sabedores, genera para la Institución la necesidad de pensar distinto para que los procesos puedan llevarse a cabo. Asimismo, creo que reconocen la rigurosidad académica y la gran calidad humana de las personas que conforman este equipo.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

En mi opinión, a la construcción y consolidación de un campo que tiene por objeto de estudio lo cultural, y que desde un diálogo de saberes nos posiciona como sujetos políticos críticos y empoderados de nuestro entorno sin dejar de lado lo que en la escalera mundial, regional y local.

Entrevista No.11

- **Nombre:**

Claudia Navas

- **Maestría que curso:**

Comunicaciones

- **Universidad:**

UCA

- **País:**

El Salvador

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Me favorecía la modalidad semipresencial

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Muy competentes

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Había estudiado Psicología, y estaba laborando largo tiempo con comunidades precarias

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

clases presenciales, investigaciones de campo, estudio de casos, foros sobre lecturas, presentación de proyectos

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Sí, en mucho

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Excelente

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

A la formación diversa de áreas de aplicación de la gestión comunicativa, con sentido crítico y de aplicación relevante en la realidad en la que estamos inmersos.

Entrevista No.12

- **Nombre:**

Danis Cruz

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **Maestría que curso:**
Maestría en Comunicación
- **Universidad:**
Universidad Centroamérica José Simeón Cañas (UCA)
- **País:**
El Salvador
- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**
Mi formación primaria es periodística. Deseaba fortalecer mi campo de conocimientos en aras de abrir otro tipo de oportunidades laborales
- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**
Altamente profesionales y comprometidos
- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**
Gané experiencia en medios de comunicación desde muy joven. Posterior a ello, gane experiencia en comunicación institucional supra regional desde Embajadas acreditadas en El Salvador (Ecuador, Colombia y China). Además de ganar experiencia en el sector público.
- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**
Virtuales y presenciales. Actividades encaminadas al pensamiento crítico y sinergia de conocimiento colectivo.
- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**
Aprendizaje colectivo. El cúmulo de experiencias y variedad de perfiles del postulante permiten crear esos momentos invaluable para el aprendizaje.
- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**
Siendo 10 la mayor nota y 1 la menor. 9
- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**
Al pensamiento crítico e investigación

Entrevista No.13

- **Nombre:**
GRETA CASTRO
- **Maestría que curso:**
COMUNICACION, EDUCACIÓN EN LA CULTURA
- **Universidad:**
UNIMINUTO
- **País:**
COLOMBIA
- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**
La elección se dio primero por seguir una línea con la la Especialización en Comunicación, segundo las opciones de grado, tercero el reconocer la diversidad cultural y sus formas de vida. Por último como desde los procesos educomunicativos se puede dar respuesta a las necesidades de un sector, de un sujeto de sus formas de manejar sus conflictos.
- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**
Personas en mi opinión seres humanos humildes, capaces de salir de un ambiente (salón) para entregar sus conocimientos, experiencias y aprender de los otros, abiertos a los cambios pensando en una sociedad justa, donde las propuestas de movilización, el respeto de los derechos y ser críticos sea parte del ser humano esto es lo que han hecho de mi los docentes de la Maestría.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

Mi recorrido inició con un proceso académico donde se conoce el campo desde lo epistemológico y desde el reconocimiento de mi realidad y la realidad de los otros.

En lo social conocer culturas y experiencias en América Latina como la de Lima en Villa del Salvador donde las acciones de cambios sociales, movilización, de gestión del conflicto son referente en América Latina, después interactuar con un grupo de jóvenes, niños, adultos en Cazuca fue muy gratificante porque descubrir necesidades y conflictos no es fácil en una sociedad como esta donde las líneas territoriales invisibles, las necesidades y demandas que son muchas hacen valorar la vida y a todos los seres humanos por igual sin importar su estatus en la sociedad y en lo político las participaciones (que antes le tenía mucho temor), los aportes que desde mi profesión como docente puedo hacer en mi lugar de trabajo y de interacción con otras personas hacen que me sienta satisfecha.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

Conversatorios con expertos, Conversatorios de saberes sociales, clases magistrales, debates, mesas redondas como actos comunicativos, Exposiciones, participaciones en proyectos, conocimientos del territorio o Pasantía.

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

El aprendizaje colectivo, pienso que cuando el plan de estudio está pensando desde una apuesta del reconocimiento de saberes empíricos y otros con basta experiencia en un campo, desde reconocimientos de procesos interculturales estamos pensando que su eje principal es lo colectivo.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Pienso que le da todo su apoyo, si bien en cierto en su momento fue una propuesta nueva, un poco osada porque en la academia era impensable que personas que no eran profesionales (estudiado en un programa profesional) pudieran tener un aporte a un campo como el de la comunicación pero han sabido valorar esas experiencias que han llegado a la universidad con sus conversatorios y se ha convertido como referente a nivel distrital como una apuesta nueva pensando en las desigualdades, variedad de culturas y reconocimiento de saberes que hay en nuestro país.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

En cambios de pensamiento, justicia social, desigualdad social, reconocimientos de otros saberes, procesos comunicativos desde el respeto.

Entrevista No.14

- **Nombre:**

Sandra Cubillos

- **Maestría que curso:**

Maestría en Comunicación Educación en la Cultura

- **Universidad:**

Minuto de Dios

- **País:**

Colombia

- **1. ¿Por qué eligió estudiar una Maestría de este campo de la comunicación?**

Decidí estudiar esta maestría ya que permitía el intercambio de sentidos y acercamiento a comunidades, no solo se fundamentaba en aspectos netamente académicos, sino que, reconocía los saberes populares, por otra parte, abarcaba la cultura ancestral, popular y cotidiana.

En el campo de la comunicación y los medios, generaba procesos reflexivos y evidenciaba como la radio, por ejemplo, permitió en su momento, procesos de alfabetización (Radio Sutatenza), gestión del conflicto y procesos dialógicos con comunidad.

Finalmente, la cursé, ya que emergía la discusión y reflexión con relación a la generación de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

ciudadanías alternativas, críticas y reflexivas, fundamentadas en la reconstrucción del tejido social y reconocimiento de otros pensamientos.

- **2. En su opinión, ¿cuáles son las características de los profesores de la Maestría?**

Seres críticos, reflexivos y sobre todo humanos, que brindaban un acompañamiento constante y mediaban en el desarrollo del proceso de formación.

- **3. ¿Cuál fue recorrido académico/social/político que le permitió hacer parte de esta Maestría como estudiante?**

En ese momento era docente de un colegio privado, la maestría llamó mi atención ya que, se fundamentaba en la praxis y sobre todo en la reflexión de nuestra realidad, esto, permitía, el desarrollo de procesos a nivel profesional fundamentados en la reconstrucción del tejido social.

- **4. ¿Cuáles fueron las mediaciones pedagógicas y/o estrategias pedagógicas que se utilizaron en las clases de la Maestría?**

Se realizaban procesos dialógicos, uso de medios audiovisuales, visitas a comunidades, aulas abiertas, pasantías internacionales (América Latina), encuentros con sabedores, entre otros procesos, que permitían que como estudiantes fuéramos partícipes y agenciáramos procesos en nuestras prácticas profesionales.

- **5. ¿Considera que en la Maestría se promueve el aprendizaje colectivo o el interaprendizaje?**

Aprendizaje colectivo, ya que, nos acercaba a diversas perspectivas teóricas, se realizaban procesos dialógicos, reflexivos y analíticos.

- **6. Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga la universidad a la Maestría de la cual usted es egresado?**

Excelente, pues, el desarrollo de los espacios académicos permitía el reconocimiento y acercamiento a diversas perspectivas epistémicas fundamentadas en América Latina y su realidad. Por otra parte, generó, procesos de descolonización a nivel personal y profesional.

- **7. En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría que cursó en términos académicos y políticos?**

La maestría le apuesta a la excelencia, a la humanización de la humanidad, a la importancia de generar una agencia política con el fin de accionar y transformar, dejar de lado el pensamiento individualista y generar el colectivo, reconociendo al otro como otro.

2.3 Entrevista a profesores

Entrevista No.1

- **Nombre:**
Cecilia Ceraso
- **Maestría en la que labora:**
PLANGESCO
- **País:**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Argentina

- **Universidad:**

UNLP

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensables para ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Estar de acuerdo y en consonancia con el Proyecto de la Maestría y de la Facultad. Título de grado y posgrad. Tener claridad en investigación y Gestión del conocimiento desde las prácticas sociales.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

Fui parte de la primera cohorte de la Maestría hace casi 20 años. Soy profesora de la materia Plangesco I, que antes era planificación.

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con la Maestría?**

En este momento y desde hace aproximadamente 10 años soy Directora de la Maestría.

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría en términos académicos y políticos?**

-Historización de la relación de la FPyCS y el área de estudios La Comunicación y el Desarrollo, surgen como campos disciplinares diferentes, pero en América Latina, se asocian en prácticas y experiencias de transformación de la realidad, que llevan adelante gran cantidad de actores políticos y sociales en diversos territorios, que permiten reconocer una serie de aportes (nociones, planes y proyectos, herramientas, estrategias, sentidos) que se dan en formas de transformación y cambio social. En este mapa se inscribe la Maestría PLANGESCO que desde su creación como primer carrera de posgrado de la FPyCS en el año 1996 ha desarrollado varias acciones tendientes a complejizar y definir el área de estudios específica en la FPyCS. Surge como un proyecto educativo de formación de posgrado sosteniendo un perfil latinoamericano, con el objetivo de fortalecer las redes de construcción de conocimientos en la región. Desde allí, la articulación con docentes y estudiantes del propio grado de la institución, como de facultades afines en el país y en otros países latinoamericanos ha propiciado el fortalecimiento de la docencia/investigación/extensión como elementos en permanente diálogo en las prácticas constructivas en la formación del posgrado. La materialización de la Maestría PLANGESCO encuentra su origen en el marco de un espacio de reflexión y análisis que se ha dado en el plano latinoamericano entre universidades y organizaciones no gubernamentales denominado Programa Latinoamericano de Formación Superior en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales. Del Programa toman parte, por Argentina, el Centro de Comunicación Educativa La Crujía y la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata; por Bolivia, la organización Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL); por Brasil, la Escuela de Comunicación y Arte de la Universidad de Sao Paulo, el Centro de Ciencias de la Comunicación de la UNISONOS de Sao Leopoldo (RGS), y la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social de Sao Paulo; por Chile, Aquis Gran Comunicaciones, CENECA y ECO (Educación y Comunicaciones); y por Colombia, la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana de Bogotá. En ese plano, PLANGESCO resulta una apuesta innovadora en su creación que ha mantenido su línea pedagógica basada en el entre-aprendizaje como forma de diálogos y relaciones que permiten a los estudiantes articularse en prácticas profesionales por fuera del ámbito de la Maestría, con un perfil profesional que respeta principios de Comunicación, Desarrollo y Gestión de políticas públicas que se proyecta en toda la región.

Los primeros egresados y estudiantes de la carrera, fueron los propios docentes de la Facultad, por ser la Maestría pionera en la construcción de espacios de posgrado en dicha institución. Con el fortalecimiento de la Maestría, ha ido incrementando la matrícula

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

de estudiantes extranjeros que año tras año se insertan en el posgrado desde diferentes disciplinas de las ciencias sociales. Cabe reconocer que la Universidad Nacional de La Plata tiene una gran historia de integrar estudiantes extranjeros y cuenta con un gran prestigio en toda la Región. La PLANGESCO pone en común la experiencia acumulada, sus recursos humanos y materiales en orden a desarrollar cursos de posgrado en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales desde los países involucrados, con el objeto de perfeccionar, sistematizar, enriquecer y dinamizar propuestas de planificación y gestión en el campo de la comunicación.

- **5) ¿Cuál ha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de esta Maestría?**

Cecilia Ceraso es Licenciada en Comunicación Social, Magister en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (PLANGESCO) y Doctora en Comunicación Social. Tesis de doctorado: La producción de mensajes propios en contextos de silencio impuesto.

Construcción de subjetividades personales, y subjetivaciones colectivas y regionales en Los Montes de María; nuevas estéticas y transformaciones culturales en procesos de producción de la palabra pública en busca de una cultura de la Paz.

Docente de grado y posgrado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Fundadora de la Unidad de Prácticas y producción de conocimiento de la Facultad. Dirige además la maestría PLANGESCO y el CICOPP, Centro de Investigación de la Comunicación en Políticas Públicas. Directora de la Maestría PLANGESCO, Planificación y Gestión de Procesos comunicacionales y del Centro de Investigación de Comunicación en Políticas Públicas (CICOPP) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.

A lo largo de más de 25 años de trabajo ha dirigido proyectos de investigación y extensión. Actualmente es directora de investigaciones que se desarrollan en el marco del Programa de Incentivos y dirigió el Proyecto de Investigación Orientado UNLP-CONICET “Mapa de Aldeas: diagnóstico socio-comunicacional para la gestión de estrategias de comunicación/desarrollo en el contexto de riesgo hídrico. Cartografías del territorio, construcción social de la salud y acceso a los derechos y políticas públicas”. En este momento co-dirige el Proyecto de Investigación orientado al conocimiento sobre el cinturón frutihortícola de La Plata; PIO Producir para vivir. Entramados productivos en el cinturón frutihortícola de La Plata. En su trayectoria como investigadora se ha destacado en impulsar procesos de investigación desde las prácticas sociales. En este sentido ha trabajado en el campo de la Comunicación en América Latina, en el desarrollo de la perspectiva que entiende a la comunicación como mediación y dimensión para la construcción colectiva de conocimiento, vinculando así Universidad/Estado y Territorio en procesos de transformación social.

En esa línea trabajó en diversos territorios y comunidades con sectores sociales vulnerados, como jóvenes, niños/as, mujeres y campesinos en la construcción de estrategias de comunicación y productos edu-comunicativos propios para la construcción de la autonomía y la organización colectiva de esos sectores en lo que hace a derechos, acceso a políticas públicas y desarrollo territorial. Por otra parte ha gestionado y diseñado políticas públicas en el campo de la comunicación para el cambio social en todas sus escalas, nacionales, provinciales, locales y latinoamericanas con alto impacto socio-territorial.

Entre sus trabajos más destacados pueden mencionarse los Programas de Capacitación en Formulación, gestión y ejecución de proyectos y Producción de mensajes en tres lenguajes: “A Saltar la Pared”, “Plazas para Varela”, “Recuperadores/as de Memorias”,

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

“EnREDando Jóvenes para el Desarrollo”, “Políticas Territoriales y Abordajes Integrales en el Municipio de Morón”, entre otras. Ha trabajado en la construcción metodológica y sistematización de Chile + Cultura, política pública de acceso a la cultura a partir de la Promoción de Fiestas Patronales y Productivas en todas las Regiones en Chile. Consejo Nacional de Cultura. Valparaíso 2006.

También en la sistematización de mapas comunicacionales del Municipio de Quito, Ecuador, y en procesos de recuperación de memoria de la comunidad y la construcción colectiva de sentidos para la paz en Colombia en los Departamentos de Bolívar, Sucre, Cesar. En este último país es consultora y jurado de producciones audiovisuales del Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea XXI y del Ministerio de Cultura de Colombia.

- **6) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza en sus clases de esta Maestría?**

Prácticas en terreno. Manual de planificación y gestión "Sembrando mi tierra de futuro". Partir siempre de las prácticas sociales. Trabajos en equipo. Relatos del territorio. Entrepredizaje, solidaridad, cooperación, producción colectiva del conocimiento.

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

Es una maestría muy valorada porque fue el primer posgrado de la Facultad, es el más antiguo en términos temporales. Además sirvió para actualizar los conocimientos de los profesores/as de la Facultad que estaban dormidos después de la larga noche de la Dictadura Cívico Militar que castigó tanto a las Universidades argentinas. Un enorme número de compañeros y compañeras profesores cursaron la Plangesco como primer posgrado y de ese modo derramaron en los programas de pre-grado toda la impronta actualizada de conocimiento que proporcionó la Maestría. Por todo esto, la Plangesco es muy reconocida y querida por la Facultad.

Entrevista No.2

- **Nombre:**

Elssy Moreno

- **Maestría en la que labora:**

Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

- **País:**

Colombia

- **Universidad:**

Universidad Santo Tomás

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensables para ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Académicas: Formación posgradual en comunicación o en Ciencias Sociales.

Sociales: Experiencia en trabajo con comunidad, con el estado

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

Estuve vinculada entre 2017-1 y Enero de 2020

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con la Maestría?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Docente investigadora - tiempo completo

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría entérminos académicos y políticos?**

La Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social busca la formación de sujetos éticos, críticos, con sólidas bases teóricas que contribuyan, desde el campo de la comunicación, a la comprensión de los procesos de participación y generación de las transformaciones sociales que requiera el contexto.

Se preocupa por el abordaje de la comunicación en relación con el desarrollo y el cambio social, para el análisis y mediación de problemáticas y conflictos sociales, en beneficio de la construcción de escenarios de convivencia pacífica. Así mismo, le interesa la visibilización y análisis de las narrativas y los lenguajes, como escenarios de significación y enunciación del individuo y de la cultura.

- **5) ¿Cuálha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de estaMaestría?**

Vinculación a proyectos de investigación (en su mayoría participativos) relacionados con: comunicación y conflicto, comunicación y convivencia, participación ciudadana, comunicación y buen vivir; comunicación y educación.

Participación en procesos de construcción de política pública nacional (infancia) y Local (política pública de participación en Bogotá)

Participación en procesos de acompañamiento en la implementación de las políticas de cultura en Bogotá.

Profesionalmente, me formé como Comunicadora social, Magister en Desarrollo Educativo y Social; y PhD en Educación.

- **6) ¿Cuáleson las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza ensus clases de esta Maestría?**

Las clases son intensivas (cada seminario dura 3 días seguidos), así que se tienen en cuenta varias estrategias:

- Conocimientos previos de los estudiantes (experiencia de vida, entornos laborales en los que trabajan o han trabajado, entornos en los que han participado)
- Lectura a profundidad de documentos académicos referidos a las temáticas de estudio y posterior presentación y discusión de los mismos.
- Acercamientos a casos concretos.
- Visitas a escenarios específicos, relacionados con las temáticas estudiadas.
- Diseño y ejecución de ejercicios de aplicación, cuando es viable y el tema lo permite.

Entre otros.

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración leotorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

Considero que la Universidad reconoce el valor social y la calidad académica de la Maestría, sin embargo, factores como el desconocimiento del programa, de quienes se encargan de hacer mercadeo, siempre fue evidente, lo que incidió en las bajas matrículas. Así como los escasos recursos para realizar actividades con los públicos de interés.

En términos administrativos, la estructura institucional no facilitaba la articulación entre programas de posgrado, sino que generaba competencia por el mercado, lo que afectó las dinámicas de trabajo.

Entrevista No.3

- **Nombre:**

Andrés Castiblanco Roldán

- **Maestría en la que labora:**

Maestría en Comunicación Educación en la Cultura

- **País:**

Colombia

- **Universidad:**

Uniminuto

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensables para ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Tener una capacidad de apertura a los diálogos de saberes e interepistémicos sobre las teorías de la comunicación, la educación y la cultura.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

5 años

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con la Maestría?**

Profesor de Medio tiempo y líder de trabajos de grado y del subcampo de lo cultural

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría en términos académicos y políticos?**

por una alternativa epistemológica desde saberes otros y metodologías contrahegemónicas que agencian transformación política y social en el campo de la Comunicación Educación en la Cultura.

- **5) ¿Cuál ha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de esta Maestría?**

Soy Doctor en Ciencias Humanas y Sociales con 20 años de experiencia en la investigación de Territorios y culturas desde la perspectiva de los estudios sociales y en los últimos 10 años he desarrollado procesos de investigación semióticos de los lenguajes culturales frente a los problemas sociales de los mundos rurales, urbanos - cotidianos.

- **6) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza en sus clases de esta Maestría?**

Mi herramienta esencial es el diálogo de saberes y experiencias alrededor de los temas y contenidos.

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

Reconocen su potencia pero subestiman sus necesidades como programa innovador y distinto frente a las ofertas en el mercado.

Entrevista No.4

- **Nombre:**

Betty Martínez

- **Maestría en la que labora:**

Comunicación, desarrollo y cambio social

- **País:**

Colombia

- **Universidad:**

Minuto de Dios

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensables para ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Como profesora de cátedra no tengo conocimiento de los parámetros de selección. Sin embargo, considero que se debe tener un título igual o superior a maestría e idealmente contar con un bagaje teórico conceptual y experiencia, en el enfoque epistemológico que define su campo.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

Desde su creación.

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con la Maestría?**

Profesora de cátedra

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría entérminos académicos y políticos?**

A una comunicación no instrumental que tenga como misión la viabilidad de la transformación social desde el reconocimiento de las particularidades contextuales en ámbitos de pluralidad sociocultural y epistémica, como a unas nuevas posturas frente al fenómeno político hegemónico.

- **5) ¿Cuálha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de esta Maestría?**

Antropóloga, 25 años de experiencia investigativa en método etnográfico con comunidades originarias. Doctora en antropología, doctoranda en filosofía.

- **6) ¿Cuáleson las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza ensus clases de esta Maestría?**

Por impartir un seminario eminentemente teórico (epistemología de la investigación) es necesario ejecutar con los estudiantes ejercicios exploratorios de campo donde se pueda contrastar el corpus teórico.

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración leotorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

No tengo acceso a dicha información, pero considero que no es evidente.

Entrevista No.5

- **Nombre:**

Sergio Alvarado

- **Maestría en la que labora:**

Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

- **País:**

Colombia

- **Universidad:**

Uniminuto

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensablespara ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Tener una apertura al campo de la comunicación más allá de los modelos y teorías clásicas de medios masivos de información. Provenir de alguna profesión relacionada con las ciencias sociales y la comunicación. Disposición a entablar diálogos de saberes.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

4 años y medio

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con la Maestría?**

Medio tiempo

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría entérminos académicos y políticos?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

A reflexionar la comunicación como un campo que debe articularse con la realidad país, con las narrativas y subjetividades de colectivos, movimientos sociales y demás actores sociales que encuentran en los flujos comunicativos un tejido social para edificar en colectivo. Se suma también el tener en cuenta las convergencias mediáticas recientes como un factor de oportunidad para fortalecer las libertades de expresión de las ciudadanías.

- **5) ¿Cuálha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de estaMaestría?**

Formación de pregrado en Comunicación Social (USTA), Magíster en Comunicación y Problemas socioculturales (URJC) y Doctor en Comunicación y ciencias sociales (URJC). Experiencia en pregrado en Uniminuto y USTA de alrededor de 4 años. 2 años de experiencia en la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la Universidad Santo Tomás.

- **6) ¿Cuálesson las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza ensus clases de esta Maestría?**

El uso de varios aspectos que Pierre Levy denomina como infraestructura de la cibercultura son parte decisiva de la pedagogía del seminario que se imparte. Construcción colectiva mediada por tableros digitales colaborativos, exposiciones participativas y fotografía 360°(complementada con otros recursos multimedia).

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración leotorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

La universidad encuentra en principio una correspondencia de su misión y visión institucional en el programa. Sin embargo la Maestría CDCS no cuenta con una valoración alta por cuenta de su irregular devenir en matriculados externos (distintos a colaboradores de Uniminuto).

Entrevista No.6

- **Nombre:**

Maria Fernanda Peña Sarmiento

- **Maestría en la que labora:**

Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

- **País:**

Colombia

- **Universidad:**

Uniminuto

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensablespara ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Académicas:

- Tener formación en las ciencias sociales y humanas
- Contar con experiencia en investigación y gestión en proyectos de comunicación y cambio social.
- Contar con ideas innovadoras en prácticas pedagógicas
- Conocer y valorar el conocimiento producido en el Sur y trabajar por dar a conocer y posicionar sus teóricos y aportes que han hecho a este campo de la comunicación.

Sociales:

- Reconocer la importancia de la escucha y el respeto y defensa de la diversidad.
- Entender el poder transformador que tiene la comunicación para la construcción de

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

sociedades más equitativas y pacíficas.

- Comprender el ser sentipensante para la transformación social.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

5 años

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con la Maestría?**

Profesora tiempo completo

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría en términos académicos y políticos?**

A generar una postura crítica y reflexiva sobre la necesidad de aportar desde cada uno de nuestros contextos a la transformación social. Es una apuesta a mostrar el poder que tiene la comunicación para generar cambios sociales en conjunto con las diversas comunidades y pueblos y quitar muchas veces la mirada instrumental que se tiene del concepto.

La apuesta principal es aportar a la formación de profesionales que se cuestionen su rol como ciudadanos y vean y comprendan el aporte que pueden tener para la construcción de un país distinto.

Asimismo, hay apuestas políticas por la defensa de la diversidad, es decir el reconocimiento y valor a los múltiples saberes, culturas, conocimientos locales y luchas propias de cada uno de los contextos latinoamericanos.

Busca que los y las estudiantes se cuestionen el modelo actual, el daño que ha hecho el patriarcado en la construcción de las sociedades y reflexionar y valorar la necesidad de trabajar en nuevos modelos que lleven a un mejor y buen vivir.

- **5) ¿Cuál ha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de esta Maestría?**

18 años de docente e investigadora dedicada al campo de la Comunicación y el cambio social. Mi formación académica (Comunicadora Social - Periodista, Especialista en gestión regional del desarrollo y magíster en Antropología social)

Pero sobretodo el amor que le tengo a este campo de la comunicación y todo lo que creo en el poder que tiene transformador.

- **6) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza en sus clases de esta Maestría?**

Mi gran apuesta es generar transformación desde el salón de clase y de ahí mi interés en trabajar desde las pedagogías sensibles donde el conocimiento no solo se capta y recibe desde lo racional sino desde todo el sentir. El cuerpo cumple un papel protagónico en mis apuestas pedagógicas y a la vez la historia que está guardada en cada uno de esos territorios.

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

No me es clara la pregunta. Pero puedo decir que la Universidad reconoce en el Programa la articulación directa que hay con su misionalidad y de ahí que fuera la primera maestría propia que creó la Institución.

Entrevista No.7

- **Nombre:**

Aura Isabel Mora

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- **Maestría en la que labora:**

Comunicación Educación en la Cultura

- **País:**

Colombia

- **Universidad:**

UNIMINUTO

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensables para ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Esta maestría cambia el rol de profesor, no solo se refiere a estudios universitarios sino relación con los movimientos sociales de su país y América latina, al igual que el trabajo comunitario con sus comunidad u otra. La maestría logró que la universidad y e ministerio admitiera los sabedores del territorio como profesores.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

4 años

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con la Maestría?**

Docente e investigadora

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría en términos académicos y políticos?**

Le apuesta a la comunicación del común, desarrollados desde pedagogías decoloniales para el Buen Vivir con otros y otras.

- **5) ¿Cuál ha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de esta Maestría?**

La educación Popular

- **6) ¿Cuáles son las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza en sus clases de esta Maestría?**

Aula

Abierta

lecturas

Debate

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

Una valoración alta

Entrevista No.8

- **Nombre:**

Germán Muñoz

- **Maestría en la que labora:**

Comunicación-Educación en la Cultura

- **País:**

Colombia

- **Universidad:**

UNIMINUTO

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensables para ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Lo esencial es el conocimiento fundamentado del campo Comunicación-Educación-Cultura; sin duda, también la experiencia docente e investigativa; y, la coherencia en posturas éticas y políticas.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

Desde su creación, hace 4 años

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con la Maestría?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Director y docente

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría entérminos académicos y políticos?**

Le apostamos a la creación de un Programa que incluye orgánica y dinámicamente: la construcción conceptual de una nueva generación del campo CEC, formación en Especialización y Maestría, creación de una Escuela de Pensamiento, una Red de Comunicación Popular nacional e internacional, un Tecnocampo que articule la red permanentemente, macro-proyectos de investigación en tres sub-campos, una línea editorial. Y una apuesta política de trabajo con sabedores y comunidades en sus territorios, escenarios de resistencia social y re-existencia política.

- **5) ¿Cuálha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de estaMaestría?**

Una larga trayectoria que se inicia con mi formación en el Instituto de Lenguaje Total y en el Instituto de Animación Cultural de Paulo Freire (Francia). Y que culmina con mi vinculación al Programa CEC: inicialmente para diseñar la Maestría y posteriormente para dirigirla.

- **6) ¿Cuáleson las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza ensus clases de esta Maestría?**

En mis clases la mediación fundamental es la conversación. Se combina con Aulas Abiertas (en contacto directo con experiencias y comunidades en sus territorios) y Aulas virtuales que permiten comprender la Informática comunitaria y la ciber cultura crítica.

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración leotorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

Uniminuto valora positivamente la Maestría por su carácter innovador y por ser exitosa en el número de matriculas. Creo que no comprende suficientemente la relación con sabedores, sus estrategias pedagógicas y sus opciones políticas, articuladas a las epistemes de la decolonialidad y el pensamiento SUR.

Entrevista No.9

- **Nombre:**

Amparo Marroquín

- **Maestría en la que labora:**

Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación

- **País:**

El Salvador

- **Universidad:**

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. UCA

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensablespara ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Ser referente en un campo profesional y de estudios de la comunicación, por ejemplo, referente en el ámbito de las tecnologías, humanidades digitales, organizaciones, gestión del conocimiento, desarrollo, cultura, etc.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

Desde sus inicios en el año 2007.

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con laMaestría?**

Soy la directora del programa.

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría entérminos académicos y políticos?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

A reflexionar sobre la incidencia de la comunicación en la región de Centroamérica y a visibilizar la importancia de la gestión de la misma para conseguir una sociedad democrática.

- **5) ¿Cuálha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de estaMaestría?**

Tengo una maestría en Difusión de Ciencia y Cultura y un doctorado en filosofía, mi tesis la hice sobre el pensamiento de Jesús Martín Barbero. Me he especializado en el cruce entre comunicación y cultura y he publicado distintas reflexiones sobre ello.

- **6) ¿Cuáleson las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza ensus clases de esta Maestría?**

La maestría es semipresencial por lo que la tecnología/tecnicidad es una mediación central. Mis clases suelen ser una combinación de tres elementos: lecturas teóricas, material audiovisual que remite a la realidad misma y el diseño de una práctica (de investigación) dentro de cada materia.

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración leotorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

Creo que es un programa bien posicionado, sin embargo, creo que no se valora lo suficiente las implicaciones de la gestión de la comunicación dentro de la misma universidad.

Entrevista No.10

- **Nombre:**

Ibeth Molina

- **Maestría en la que labora:**

MCDCS de la USTA

- **País:**

Colombia

- **Universidad:**

USTA

- **1) ¿Qué condiciones académicas y/o sociales son indispensablespara ser profesor de la Maestría de la que hace parte?**

Condiciones académicas: tener estudios mínimo de maestría y tener experiencia docente.

- **2) ¿Hace cuánto tiempo hace parte de la Maestría?**

Estuve en la maestría 4 años.

- **3) ¿Cuál es el tipo de vinculación que tiene con laMaestría?**

Actualmente, no pertenezco a la Maestría.

- **4) En su opinión, ¿a qué le apuesta la Maestría entérminos académicos y políticos?**

En términos académicos a fortalecer metodológicamente el trabajo en la perspectiva de la comunicación, el desarrollo y el cambio social, y en lo político, le apuesta a fortalecer las narrativas de los grupos sociales y a transformar el imaginario sobre la noción de desarrollo.

- **5) ¿Cuálha sido su recorrido académico que le han permitido hacer parte de estaMaestría?**

Mi experiencia en el campo, a partir del trabajo desde el pregrado, y la oportunidad de formación doctoral en Ciencias Sociales.

- **6) ¿Cuáleson las mediaciones pedagógicas y/o las estrategias pedagógicas que utiliza ensus clases de esta Maestría?**

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

El análisis de diferentes narrativas y prácticas sociales tanto en el país como en Latinoamérica, en torno a problemáticas sociales y territoriales.

- **7) Según su opinión, ¿qué tipo de valoración le otorga su universidad a la Maestría de la cual es profesor?**

Por las últimas decisiones de la Universidad, creo que al final se sigue privilegiando el número de estudiantes y de ingresos que este programa le retribuye a la Universidad.

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

- Menorías Congreso ALAIC Comunicación para el Cambio Social 2014
<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/grupos-tematicos/gt-12-comunicacion-y-cambio-social/>
- Memorias Congreso ALAIC Comunicación para el Cambio Social 2016
<http://alaic2016.cua.uam.mx/documentos/memorias/GT12.pdf>
- Memorias Congreso ALAIC Comunicación para el Cambio Social 2018
<http://alaic2018.ucr.ac.cr/sites/default/files/2019-02/GT%2012%20-%20ALAIC%202018.pdf>
- Memorias Congreso ALAIC Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana 2014
<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/grupos-tematicos/gt-8-comunicacion-popular-comunitaria-y-ciudadania/>
- Memorias Congreso ALAIC Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana 2016
<http://alaic2016.cua.uam.mx/documentos/memorias/GT8.pdf>
- Memorias Congreso ALAIC Comunicación Popular y Comunitaria 2018
<http://alaic2018.ucr.ac.cr/sites/default/files/2019-02/GT%208%20-%20ALAIC%202018.pdf>

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

PONENCIAS ESTUDIADAS ALAIC 2014 COMUNICACIÓN Y CAMBIO SOCIAL			
No	GT	Autor/es	Tema/Título
1	CCS	Lisbeth Araya Jiménez, Johan Espinoza Rojas	Desencuentros y continuidades epistémicas: nuevas miradas de la disciplina de la comunicación desde el pensamiento descolonial y la comunicación para el cambio social.
2	CCS	Natalia Montenegro Doig	Bolaroja en Belén: ¿Qué comunicación para cuál desarrollo? De cómo la comunicación repara y la comunidad crece.
3	CCS	Eduardo Gularte Cosenza	Pioneros y pioneras de la comunicación para el cambio social desde Guatemala
4	CCS		Hacia la Comunicación para el Buen Vivir. El cambio de la Comunicación Social
5	CCS	José Ignacio "Ifaki" Chaves Gil	Las pintadas como medio de comunicación ciudadana.
6	CCS	Pilar Ramírez de Castilla; María Sofía Bernat y María Antonieta Teodosio	Las prácticas de Fusión teatro comunitario para el cambio social
7	CCS	Andrea Patricia Velarde Manyari	El taller arte-terapéutico de Teatro vivo como prevención de la explotación sexual en adolescentes en riesgo
8	CCS	Andrea Vela Alarcon	El documental como herramienta empoderadora para grupos sociales excluidos: La Caravana Documental
9	CCS	María Isabel Gatti	Medios comunitarios católicos y cambio social. Estudio de caso: FMLa 96. La voz de Caacupé.
10	CCS	Wilmar Jair Martínez	La comunicación en proyección social de una emisora universitaria. Estudio de caso, TU RADIO emisora virtual de la Universidad del Toluca
11	CCS	Aura Mora	La historia en reserva de radio Sutatenza - Colombia, parte I
12	CCS	María Victoria Rugeles Gélvez	Trazos de la radio comunitaria sobre la democracia y el desarrollo.
13	CCS	Sharon Haydeé Abanto Correa	Influencia del proyecto de gestión cultural orquesta de barro de la asociación cultural arpegio en el desarrollo humano de los niños del albergue infantil mundo de niños ubicado en el centro poblado huanchaquito.
14	CCS	Holgado Chacón Claudia	La fotografía como vehículo de la memoria en el taller de fotografía participativa de la ciudad de Morococha.
15	CCS	Manoella Neves	Em cartaz: o que fizeram os cartazes na jornada de junho de 2013 en Brasil
16	CCS	Pablo Ricardo Posso López	La creatividad de la cultura cotidiana del pueblo afroecuatoriano como forma de emprendimiento en el cantón Esmeralda
17	CCS	Angélica María Fabila Echauri y Flor de Líz Pérez Morales	Condiciones e interconexiones de la participación de los jóvenes: reflexiones tras una transición política.
18	CCS	Jerry Omar Jara Llanos	Comunicación y participación de los jóvenes del distrito de Tumán (Chiclayo) para el fomento de políticas de juventud
19	CCS	YUSLY PAOLA PÉREZ LLERENA	¿Por qué nosotros tenemos la capacidad de dialogar, ¿por qué no hacemos?": Reflexión, diálogo y debate sobre Violencia Basada en Género en adolescentes y jóvenes de San Juan
20	CCS	Néstor Manchini	La democratización de la comunicación en la educación superior ¿Qué lugar ocupan los derechos humanos en la

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

PONENCIAS ESTUDIADAS ALAIC 2014 COMUNICACIÓN POPULAR Y COMUNITARIA			
No	GT		Tema/Título
1	CPC	Flores Córdova Milton César Zavala Peralta Kiara Gabriela Karin	Rasgos que definen a una radio comunitaria en América del Sur
2	CPC	Alejandro Hernández Pulido	La puesta en escena de los movimientos sociales
3	CPC	Ana Karolina Cavalcante Assunção	Radio Libre: interacción entre familiares e internos en un sistema carcelario
4	CPC	Ana Lúcia Nunes de Sousa	Televisión comunitaria y reglamentación: los casos de Brasil y Argentina
5	CPC	Andrés Felipe Ortiz Gordillo	Notas para interpretar el contexto de las representaciones que los medios de comunicación formulan sobre la paz y el conflicto en Colombia
6	CPC	Marco Antônio Bonito ^{II} Marina Z. de Albuquerque ^{III} Lara Nasi	Perspectivas para entender las apropiaciones culturales de los sujetos comunicantes con deficiencia visual
7	CPC	Camille Costa Perissé Pereira	Comunicación y hegemonía: una sociedad en disputa
8	CPC	CARLOS RAMOS MALDONADO	Posconflicto y convivencia en el Caribe colombiano: semiótica de la paz desde lo mediático
9	CPC	Cátia Guimarães	Periodismo y contrahegemonía
10	CPC	Dérika Correia Virgulino de Medeiros	Radio alternativa 100% Mandacaru. Una experiencia de alteridad en comunicación comunitaria
11	CPC	FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan ¹ PINTO, Rafaela Caetano ² VALLE, Taisa Dalla ³	Mobilización social y activismo. El desempeño de la legión Anónimos de Brasil
12	CPC	Gina Gogin Sias	Los estudios de religiosidad contemporánea: qué hace el pensamiento crítico latinoamericano allí?
13	CPC	Ismar Capistrano Costa Filho	Direccionamiento de Radio Rebelde Zapatista
14	CPC	Juan Domingo Ramírez Cáceres	La radio comunitaria en Chile: perfil de las emisoras ciudadanas en 8 regiones del país.
15	CPC	Aline Czezacki Kravutschke Karina, Janz Witowicz, Volney Campos dos Santos	Derecho a la comunicación y prácticas de ciudadanía por la acción periodística del portal comunitario
16	CPC	Franklin Larrubia Valverde, Marília Gomes Ghizzi Godoy y Rosemari Fagá Viégas	Revista Ocas: una comunicación comunitaria y construcción de ciudadanía para sujetos de la periferia urbana
17	CPC	Marcello Monteiro Gabbay	La canción latinoamericana como dispositivo de la comunicación popular
18	CPC	Marcos Severino de Borba y Neli Fabiane Mombelli	El audiovisual como herramienta de transformación social en Região de Fronteira
19	CPC	Patrícia Saldanha, Raquel Paiva e Juciano Lacerda	"Comunidad generativa" en prácticas comunitarias de comunicación
20	CPC	Priscilla Pereira da Costa	Movimiento de radios comunitarias en defensa de la democratización de la comunicación en Brasil

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

PONENCIAS ESTUDIADAS ALAIC 2016 COMUNICACIÓN Y CAMBIO SOCIAL			
No	GT	Autor/es	Tema/Título
1	CCS	Alejandro Barranquero Carretero	Objetos y fronteras teóricas de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Una propuesta
2	CCS	Brenda Barrios Aparicio	Proyecto Camotepec
3	CCS	Cecilia Ceraso	La producción de mensajes propios en contextos de silencio impuesto. Construcción de subjetividades en Mones de María
4	CCS	César Augusto Rocha Torres	Una mirada desde la epistemología del sur a los posgrados en comunicación y desarrollo en el mundo
5	CCS	Claudia Magallanes Blanco	Yo sé, tú sabes, nosotros ¿sabemos? Reflexiones en torno a la construcción del conocimiento
6	CCS	Dagmar Herrera Barreda y Hilda Saladrigas Medina	Televisión local y cambio social: una propuesta de modelo participativo para el desarrollo municipal desde el contexto cubano
7	CCS	Diana López Magaña	Mujeres dialogando: comunicación participativa como disparador para la toma de conciencia
8	CCS	Edgar Josué García López y Luisa Renée Dueñas Salmán	Ingeniería en comunicación Social de Colectivos sociales. Cultura de participación para el desarrollo local
9	CCS	Eduardo Gularte Cosenza	Monitoreo comunitario de cambios de conocimientos y prácticas respecto a la Ventana de Oportunidades de los Mil días de Guatemala
10	CCS	Ibeth Molina Molina	Antagonismo como mediación comunicativa que politiza la acción
11	CCS	Jessica Arreola, Aldara Aguirre, Regina Medina y Samara Villegas	Microagresiones: la cotidianidad de la violencia dentro de las redes sociales en el grupo adolescente
12	CCS	Jessica Ivette Sánchez Piene	La fotografía como agente de cambio en adolescentes estudiantes de la localidad de Paso Carretas, Puebla
13	CCS	Jessica Utrera-Capetillo	Nashinandá: Sociedad del Conocimiento Participativa
14	CCS	José Cisneros Espinosa y José Antonio Cisneros Tirado	Comunicación Comunitaria y defensa de la tierra
15	CCS	José Miguel Pereira G.	Relato de una travesía implicada: "entre el optimismo de la voluntad y el pesimismo de la razón".
16	CCS	Julianna Paola Ramírez Lozano	La radio y el cambio social: el poder de las campañas sociales, El caso del Grupo RPP en Perú
17	CCS	Jureta Flores Michel, Sergio Guadalupe Torres Flores, Estefany González Sánchez, Jacqueline López García y Juan Francisco López Morales	Análisis de problemas de comunicación a causa de las redes sociales enfocado en los noviazgos adolescentes
18	CCS	Luis Ulises Vera Romé	43 fusibles que no fueron fundidos por el Estado
19	CCS	María Sofía Bernat, Mirta Taboada y Pilar Ramírez de Castilla	Pensar las transformaciones desde el barrio.- El caso de un taller de cine en un asentamiento de Ringuélet (Argentina)
20	CCS	Mónica Marión Cataño O	Visibilidad política de las mujeres tejedoras de vida, indígenas Naza en la ciudad de Cali

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

PONENCIAS ESTUDIADAS ALAIC 2016 COMUNICACIÓN POPULAR Y COMUNITARIA			
No	GT	Autor/es	Tema/Título
1	CP C	Catarina Tereza Farias de Oliveira Y Milena de Castro Ribeiro	La emisora de radio de Quadra: las disputas sonoras en una comunidad de Fortaleza (Brasil)
2	CP C	Juan Camilo Chacón	La radio alternativa y comunitaria en Bogotá, escenario de convergencia periodística en una complejidad cultural
3	CP C	Sara Ester Makowski Muchnik	Radio y nuevas tecnologías para la inclusión social. La experiencia de la Radio Abierta, una radio realizada por personas con trastorno
4	CP C	Giancarlo Tafur Arévalo	Radio "Non Joi": Desarrollo de la identidad y permanencia cultural de la comunidad Shipiba de Cantagallo
5	CP C	Victoria Elena González Mantilla	Patrones de presentación de la información en El Tiempo, Semana.com, El Espectador.com y La Silla Vacía sobre la movilización social. El caso de las marchas campesinas de 2013
6	CP C	Cicilia M. Krohling Peruzzo	La investigación participante: de una matriz teórico-metodológica a especificidades de las prácticas investigativas
7	CP C	Lairtes Chaves Rodrigues Filho y Daniela Cristiane Ota	multiculturalismo y ciudadanía: identidades, derechos culturales y sus relaciones con la comunicación mediática en la frontera Brasil - Paraguay
8	CP C	Franklin Larrubia Valverde, Marília Gomes Ghizzi Godoy y	"Cabeza sin hogar": espacio y palabras de personas sin hogar y vulnerabilidad social
9	CP C	Nivea Bona y Denise Becker	¿Qué es la comunidad sobre el periodismo digital alternativo?
10	CP C	Elizabeth Alvarez Padilla, Clara E. Miranda Vera y Linnet Molina	La Comunicación Pública de la Ciencia y al Tecnología para el manejo integrado de zonas costeras en Cuba
11	CP C	Oscar Felipe Tellez Dulcey	La construcción de comunidad en el distrito de Sepahua, algo influenciado por el desarrollo de la práctica radial
12	CP C	Márcia Vidal Nunes	Las representaciones de los movimientos populares y sus posibilidades de visibilidad en nuevos medios alternativos: el caso del colectivo Nigeria, en Fortaleza (Brasil)
13	CP C	Mayara Medina Marín Leyane Pérez Jiménez	Comunicación para el desarrollo e implementación del Sistema de Innovación Agropecuaria Local en Cuba
14	CP C	Ana Lúcia Nunes de Sousa	Videoactivismo y prácticas digitales para narrar los movimientos sociales de Rio de Janeiro
15	CP C	Nidia Abatedaga Luciana González Silvia Chaig	Comunicación comunitaria en el reconocimiento de identidades de "carreros-trabajadores-ciudadanos".
16	CP C	Amanda Cíntia Medeiros e Silva Juciano de Sousa Lacerda	Prácticas y características del periodismo alternativo y contrahegemónico de las agencias de información: un vistazo a la Ciudadanía comunicativa como estrategia metodológica: en busca de una teoría
17	CP C	Mays Teixeira y Juciano Lacerda	
18	CP C	Adriana Cristina Omena Santos	Comunicación Pública del Tercer Sector: un estudio a partir de la plataforma Lixo Zero
19	CP C	Jessica Antunes Caldeira	Interacción y movilización de públicos vía debate político en internet
20	CP C	Luciana de Lima Pereira	Periódico Mudança: comunicación popular en pro del fomento de los movimientos sociales de la parroquia de Esperantina

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

PONENCIAS ESTUDIADAS ALAIC 2018 COMUNICACIÓN Y CAMBIO SOCIAL			
Nº	GT	Autor/es	Tema/Título
1	CCS	Jerry Omar Jara Llanos	La participación política inducidas al empoderamiento de mujeres y la generación de un estado de equidad de género en el distrito de Laredo, Trujillo: un experimento con víctimas de violencia
2	CCS	Eduardo Antonio Gularte Cosenza	Participación comunitaria a través del video en el marco de la prevención de la desnutrición crónica en Guatemala
3	CCS	Sonia Uruburu Gilède, Yaneth Ortiz Nova	Voces de las mujeres Ticuna: hablemos de paz imperfecta y justicia ambiental
4	CCS	Dagmar Herrera Barreda, Yemmi Valdés Ramos, Javier	Desarrollo local participativo desde la televisión municipal en Cuba
5	CCS	Judith Cortés Vásquez, José Alejandro Enríquez Ramírez	Una visión global de la comunicación para el desarrollo. Estudio de caso de ComDev de la Universidad de Malmo
6	CCS	Jaime Rodolfo Ramírez	Investigaciones para documentales, experiencias orientadas hacia la participación de las comunidades
7	CCS	Eloisa Beling Loose, Ísis Maève Sobrinho	Periodismo ambiental y humanizado: discusión de propuestas para transformar la práctica
8	CCS	Alana Volpato, Christiane Delmondes Versuti, Caroline Kraus Luvizotto	Alfabetización mediática y movimientos sociales: análisis del frampage del Levantamiento Popular de Juventudes
9	CCS	Pablo Espinoza Espinoza	20 años de Especialidad de Comunicación para el Desarrollo en la Pontificia Universidad Católica del Perú.: diálogo entre la academia y el
10	CCS	Mónica Marión Cataño Otálora	La comunicación para el cambio social como eje transformador de un grupo de mujeres indígenas Nasa en el contexto urbano
11	CCS	Néstor David Manchini	Los derechos humanos en la agenda de los medios universitarios
12	CCS	Gonzalo Ceballos-Castro, Víctor-Manuel Marí-Sáez	Comunicación, participación ciudadana y cambio social: estudio de caso de la radio comunitaria Onda Color (Málaga, España)
13	CCS	Sandro Macassi	Dimensiones comunicativas en el post- extractivismo: el caso de Tía María en el sur del Perú
14	CCS	Jacquelin García Páez, Erinso Yarid Díaz	Comunicación ciudadana y para el cambio social en el entrecruce de caminos y miradas formativas
15	CCS	Exequiel Gastón Ducart, Bruno Ferrara, Alejandro Álvarez	Participación ciudadana y comunicación gubernamental: la relación entre el Estado municipal y los centros vecinales, caso de Jesús María,
16	CCS	González Victoria Rosa María	Sembrando la semilla de la rebeldía. Narrativas de normalistas rurales, un caso de comunicación on line para el cambio social
17	CCS	José Miguel Pereira G.	Enfoques, dimensiones y estrategias de comunicación en proyectos y procesos vinculados con el cambio social
18	CCS	Diego Armando Sánchez Medrano	Implementación de estrategias de comunicación que permitan aprovechar los recursos naturales en el cultivo de trucha y carpa en la comunidad de
19	CCS	François Graña	mujeres comunicadoras en la TV abierta uruguay. perspectivas de las
20	CCS	César Rocha, Iván Morales, Teresa Muñoz, Liliana Raigoso	Los conflictos y las ciudadanías en Cazuca (Colombia). Una mirada desde los procesos comunicativos transformativos

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

PONENCIAS ESTUDIADAS ALAIC 2018 COMUNICACIÓN POPULAR Y COMUNITARIA			
No	GT	Autor/es	Tema/Título
1	CPC	Larisa Kejval	Ante la ley: reconfiguraciones de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas
2	CPC	Adilson Vaz Cabral Filho	Por una cartografía de políticas de comunicación comunitaria en América Latina
3	CPC	Orlando Maurício de Carvalho Berti	Radios comunitarias en Brasil. 20 años después del inicio de las legalizaciones. Puntos y contrapuntos
4	CPC	Edinson Castro Pedrozo	La comunicación comunitaria en el contexto de la comunicación alternativa
5	CPC	Patrícia Regina Schuster	El discurso del periodismo sindical. Un análisis a partir de la revista de Brasil
6	CPC	Ana Lúcia Nunes de Sousa	Video activismo en Brasil: de la calle a la red
7	CPC	Luciana Gouvêa da Cunha	Arte de las reuniones o cómo se hace un colectivo. La comunicación comunitaria del colectivo Tela Firme como una experiencia de acción y poder afectivo en el barrio de Terra Firme
8	CPC	Abatedaga, Nidia Cristina & Ordóñez, María de los	Organizaciones y medios comunitarios: auto narraciones para disputar identidades públicas
9	CPC	Víctor Manuel Marí Sáez	La disolución del "nosotros" en las prácticas de comunicación ciudadana digital. Análisis del grupo #Comunicambio en Facebook
10	CPC	Rozinaldo Antonio Miani	Curso anual del NPC una experiencia de capacitación para actuar en comunicación popular
11	CPC	Naiara Leite Costa	Representaciones y narrativas negras: un análisis de dos casos Claudia Silva Ferreira y Luana Barbosa
12	CPC	Fernando Oliveira Paulino	Cobertura y participación en radios comunitarias del distrito federal: estructura e influencia de tecnologías digitales
13	CPC	Ismar Capistrano Costa Filho	Autonomía comunicativa: la lucha por el derecho a la comunicación en las estaciones de radio comunitaria
14	CPC	Corina Mercedes Leguizamon Mendoza	Políticas culturales en contexto de encierro para reafirmar identidades desde el ser sujeto de derecho
15	CPC	Lisiane Machado Aguiar & Leila Adriana Baptaglin	Desterritorializaciones micropolíticas: el uso del audiovisual en los medios digitales en intervenciones artísticas con indio Makuxi de la
16	CPC	Luiz Felipe Novais Falcão & Iluska Maria Silva Coutinho	Entre sucesos y fracasos El camino trazado por los movimientos sociales es la parte más importante. Un análisis teórico de la dinámica de la campaña "Frente en defensa del EBC y comunicación pública"
17	CPC	Gisella Palmett Garay & Martha C. Romero Moreno	La cultura de paz, una propuesta de promoción y apropiación social: Cátedra Educación y Medios para la paz
18	CPC	Jonas de Jesus Pinheiro	Medios Negros: un análisis de la revista Afirmativa y de la Agencia de Periodismo Alma Preta
19	CPC	Juan Ramos Martín, Alejandro Barranquero Carretero & Susana Morais	El potencial de las redes de comunicación ciudadana. La experiencia de Riccap en la articulación de acciones para la reforma mediática en España.
20	CPC	Bárbara Lopes Rêdes & Márcia Vidal Nunes	Movimientos en red: activismo digital y las ocupaciones de las escuelas estatales públicas en 2016 en el Estado de Ceará

SUJETO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Anexo 4: Documentos epistemológicos de los 12 posgrados latinoamericanos estudiados

DOCUMENTOS EPISTEMOLÓGICOS DE LOS POSGRADOS ESTUDIADOS				
POSGRADO	UNIVERSIDAD	PAÍS	AUTOR	TÍTULO DEL DOCUMENTO
Maestría en Comunicación	Universidad del Norte	Colombia	Pamela Flores	Maestría en Comunicación de Uninorte: Una propuesta emancipatoria desde y para el Caribe colombiano.
Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social	Universidad Santo Tomás	Colombia	Equipo docente de la maestría	La comunicación, el desarrollo y el cambio social como propuesta académica.
Maestría en Comunicación Social. Opción Comunicación para el Desarrollo Social	Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)	Venezuela	UCAB	MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL LA UCAB, UNA REFERENCIA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales, PLANGESCO	Universidad Nacional de La Plata	Argentina	Cecilia Ceraso y Germán Retola	GESTIÓN DE PROCESOS COMUNICACIONALES FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
Maestría en Comunicación y Desarrollo	Universidad de Costa Rica	Costa Rica	Marvin Amador Guzmán	comunicación para contribuir al cambio: Del ejercicio academicista en el aula al vínculo con la realidad y los actores sociales
Maestría en Comunicación para el Desarrollo	Universidad Nacional del Este	Paraguay	UNE	Maestría en Comunicación para el Desarrollo. Proyecto Académico
Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social	Uniminuto, Corporación Universitaria Minuto de Dios	Colombia	César Augusto Rocha Torres	Proyecto Curricular Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social
Maestría en Comunicación y Cambio Social	Universidad Iberoamericana de Puebla	México	Claudia Magallanes Blanco	El desafío de ser congruente: Formar comunicadores para el cambio social desde el diálogo, la horizontalidad y la participación
Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación	Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (El Salvador)	San Salvador	Andrea Cristancho	Comunicación, cambio social y cultura en El Salvador. Apuesta epistemológica de la Maestría en Comunicación de la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas"
Maestría en Comunicación, Educación en la Cultura	Uniminuto, Corporación Universitaria Minuto de Dios	Colombia	Aura Isabel Mora y Germán Muñoz González	¿Qué entendemos por Comunicación-Educación en la Cultura en América Latina? Propuesta de reconfiguración del campo desde la vida cultural
Programa de Pós-Graduação EM Comunicação Social	Universidade Metodista de São Paulo	Brasil	Cicilia M. Krohling Peruzzo	Análisis de una experiencia de Posgrado en Comunicación Popular, Comunitaria y Alternativa
Maestría en Comunicación Estratégica	Universidad Andina Simón Bolívar	Bolivia	Equipo de la Maestría	Maestría en Comunicación Estratégica