

# COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA: un poder para todas

Thais Bonilla

Responsable del programa de apoyo a movimientos de resistencia civil no violenta en NOVACT

[thais@novact.org](mailto:thais@novact.org)

*¿Y si diéramos la voz al pueblo en lugar de erigirnos como la voz del pueblo?* Esta es la pregunta que se realiza desde una comunicación que rompe la dicotomía tradicional de los medios de comunicación masivos, centrados en un emisor que lanza un mensaje a través de un canal para un receptor pasivo y ciertamente influenciado. Sin embargo, una comunicación llamada participativa destaca al receptor como generador de contenidos, opiniones y realidades. La población es comunicadora y comunica a través de lo cotidiano, de lo vivido. Estableciendo ella misma la agenda mediática y rompiendo, por tanto, los viejos paradigmas establecidos por los grandes grupos mediáticos de la información y la comunicación. Es la defensa del derecho humano a comunicarse, pero supone también un nuevo camino en la retroalimentación comunicativa. Un diálogo, rompiendo así con el emisor tradicional y planteando una rentabilidad social y cultural de la comunicación, más allá de los beneficios económicos y los intereses políticos de partidos que inundan la comunicación de masas. Una retroalimentación que ahonda también en las capacidades de aprendizaje, de intercambio de cosmovisiones y de conocimientos. Democratizar los medios de comunicación haciéndolos participativos y fomentando su capacidad alternativa favorece el desarrollo de la población y fomenta una pertenencia al ámbito local y territorial, a las culturas y tradiciones que se habitan. En el centro la comunidad. La propia comunidad como generador de mensajes comunicativos. Así lo apuntan Jan Servaes & Patchanee en su artículo [Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?](#) :

*Los problemas de las condiciones de vida se discuten a nivel de la comunidad y es a este nivel que se decide sobre las interacciones con otras comunidades. La forma más desarrollada de participación es la auto-gestión. Este principio implica el derecho de participación en la planificación y la producción de los contenidos de los medios de comunicación. Sin embargo, no todos desean o deben ser involucrados en su implementación práctica. Es más importante que la participación sea posible a nivel de la toma de decisiones en cuanto a los temas que serán tratados en los mensajes y en cuanto a la selección de procedimientos. Uno de los obstáculos fundamentales contra la decisión de adoptar la estrategia participativa consiste en que ésta significa una amenaza para las jerarquías existentes. Jan Servaes & Patchanee.*

**Los medios de comunicación de la comunidad y no para la comunidad, ejerciendo un poder para todas.**

Fue en 1988 con la propuesta de NOMIC - o Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación – cuando las organizaciones de la sociedad civil organizada se empezaron a plantear temas como la *colonización informativa* y, por ejemplo, la imagen sesgada que los medios de comunicación ofrecían de los pueblos y comunidades empobrecidos. Los prejuicios, la trivialización de temas profundamente importantes para la vida, la acumulación de poder, los mensajes tergiversados por intereses políticos. En ese momento, se puso de manifiesto el nexo perverso entre globalización neoliberal y redes de comunicación empresariales:

*“Como sostiene Castells, en la sociedad-red al poder hay que rastarlo en las conexiones entre las redes de comunicación empresariales, las redes financieras, las de la industria cultural, las tecnológicas y las políticas. El sistema económico no funciona solo y si se ha impuesto un modelo de desarrollo injusto y suicida es porque se reproduce a sí mismo, tanto en el norte como en el Sur, gracias a un complejo sistema educativo-comunicativo-cultural, sistema en el cual hay que incidir si se pretende la transformación real de las estructuras. La globalización*

*neoliberal no hubiera sido posible sin los avances tecnológicos y las grandes empresas de telecomunicaciones, y éstas no pueden desligarse de las industrias de la comunicación y el entretenimiento que condicionan y transforman las formas de pensar, sentir e interpretar la realidad. Esas redes de comunicación constituyen el nuevo espacio público y es ahí, en los mensajes que lo ocupan, donde se decide y disputa el poder global”.*

**Montse Santolino en ‘Cómo salir de la encrucijada. Comunicando para la solidaridad y la cooperación’.**

A todo esto, con el tiempo, se ha unido el que negar el acceso a la participación en los procesos de comunicación por falta de habilidades comunicativas y técnicas ya no es posible puesto que ha habido un mejoramiento notable de la habilidad de la gente en manejar y utilizar los medios de comunicación.

[ONGAWA lanzó en diciembre de 2018 una investigación sobre las prácticas educativas y comunicativas de las ONGD y su orientación hacia procesos de transformación social y construcción de ciudadanía global.](#) Una de sus conclusiones fue que menos de 10 ONGD generan prácticamente la mayor parte del imaginario social y la opinión pública al respecto del desarrollo, la pobreza y la transformación social. Simulando quizá, así, el terreno mediático que también monopoliza en pocas empresas el mundo comunicativo y de opinión pública global. Asimismo, en su investigación se vertía una reflexión interesante: “Una débil participación social fomenta la idea de que las cuestiones que afectan a la lucha contra la pobreza, la sostenibilidad o los derechos humanos están siendo efectivamente gestionados por una élite de personas expertas, lo que a su vez genera desafección en la ciudadanía, porque hay otros/as que se están encargando”. Es decir, las personas participan cuando tienen sentimiento de pertenencia, son responsables y con capacidad de influencia en el asunto, pero si no se les da la oportunidad de hacerlo se va progresivamente fomentando la desafección y la falta de asunción de sus responsabilidades como ciudadanía activa. Algo similar pasa con la comunicación y el monopolio de los medios masivos de comunicación. Al parecer se relega esta esfera básica de las sociedades democráticas a las élites periodísticas y/o a personas “expertas” que poco tocan terreno o caminan las calles que habitamos. “Lo importante es que la ciudadanía participe para avanzar en el cambio social, no que participe en nuestros proyectos y actividades de EDCG”, sentencian en una parte de la investigación.

Y es que el reto está en aplicar y enfatizar la participación. Ya no es solo el derecho a comunicarse o el derecho a la información, sino el que las personas formen parte de la planificación y desarrollo comunicativo, mejorar su presencia e incidencia, hacer partícipe a las personas de la toma de decisión. “Este modelo de comunicación posibilita espacios y relaciones de poder más equitativos en donde las personas comparten experiencias, información, sentimientos y propuestas para crecer individual y colectivamente”. Y no solo tiene efecto en la comunicación sino también en la mejora efectiva de las situaciones de vulnerabilidad. Así como supone una propuesta para la detección y la actuación más cercana y real de las necesidades sociales. La sociedad tiene así una nueva forma de protesta y acción.

En este sentido, es clave identificar y aprender de aquellas prácticas que ya se están sucediendo en nuestro territorio al respecto de la comunicación participativa o en este caso también popular y/o alternativa. Propongo aquí además una clasificación que parte de:

Prácticas que empoderan desde el dominar la técnica y favorecer el pensamiento crítico en el consumo de información. Más cercana a la comunicación comunitaria, quizá. Aquí lanzamos las propuestas bien interesantes de:

- La Maleta de cine
- La Bretxa
- El Parlante

## PART II

### Comunicación participativa: un poder para todas

Prácticas que ahondan en los documentales sociales participativos para generar la voz colectiva y hacer partícipes a todas las personas. Conocimiento así de la realidad y detección de necesidades o problemas desde las propias personas afectadas. Aquí lanzamos propuestas interesantes como:

- Campañas de sensibilización que emplean la comunicación participativa:  
**Contra la pobreza:**  
**Contra el racismo, la discriminación y la xenofobia**  
<https://www.youtube.com/watch?v=DqBvpWbmdkQ&index=47&list=PL05A4883FDEAC7430>
- Campañas de crítica política y social con comunicación participativa en la base:  
**Discongreso:** <http://www.enmedio.info/tag/25s/>  
**#Cuéntalo:** Cristina Fallarás en Twitter
- Proyectos de desarrollo con comunicación participativa:  
\* **Devreporter NOVACT**  
\* **Taller de Rap.** Muestra de los talleres de rima que este otoño el Pau de At Versaris ha estado realizando a más de 1000 alumnos de los institutos de Sabadell conjuntamente con Derechos Civiles y Nueva Ciudadanía de la ciudad, con el trasfondo histórico y teórico de la lucha antifascista en la ciudad y partes.

Prácticas que buscan generar una información propia, que nazca de las necesidades y vivencias de las comunidades:

- Radios comunitarias y radios libres: Radio Pica, Radio Contrabanda, La Tele, [#LaVeinalTV](#)
- Medios alternativos y de autogestión: Altaveu Poble Sec, La Burxa, Intervia, La Metxa

