Retos para un nuevo periodismo

POR **MANUEL CHAPARRO ESCUDERO**

El modelo de desarrollo basado en planteamientos economicistas se ha desvelado inviable para el cumplimiento de sus objetivos de búsqueda del progreso y justicia social. Para construir una nueva sociedad es necesaria una verdadera democracia mediática, con unos medios realmente comprometidos y una reorientación de sus discursos, lo cual requiere la búsqueda de nuevos imaginarios para el uso de la Comunicación como estrategia de empoderamiento y participación ciudadana.

El debate sobre la Comunicación, el Desarrollo, el Cambio social y los significados de cada uno de estos términos y sus interrelaciones cobra hoy vigencia ante la crisis económica y los dramas humanitarios que atraviesan el mundo. El paso del tiempo ha devaluado el significado de términos de referencia usados como metas para alcanzar el bienestar, el ansiado progreso y la domesticación de la naturaleza, a partir de la creación de imaginarios que cada vez son más difíciles de compartir. Comunicación y Desarrollo constituyen un binomio sobre el que se ha venido trabajando en la búsqueda del progreso y la justicia social; sin embargo, hoy debemos reconocer que forman parte del gran fracaso de muchos de los ideales nacidos en el siglo pasado.

Lejos de pretender una crítica a los esfuerzos encaminados -fundamentalmente por los compañeros latinoamericanos- a mejorar las condiciones del continente, oponiéndose a imposiciones exógenas y colonizadoras, para explorar opciones propias liberalizadoras, se trata de establecer desde el presente nuevas rutas para reflexionar sobre los caminos de la comunicación no como herramienta de desarrollo, sino como estrategia de empoderamiento y participación ciudadana, desde la búsqueda de un nuevo modelo social que eluda la práctica y el imaginario mismo del desarrollo.

Comunicación para el Desarrollo

El *Informe McBride* estableció las bases críticas desde las que debíamos trabajar por una comunicación liberalizadora y un sistema de información más democrático.
El informe denunciaba, además, peligrosos desequilibrios en los flujos de información. Sin

Fundación Telefónica
Telefónica

embargo, la estigmatización de que fue objeto -cuestionado fundamentalmente por EEUU, al ser considerado tendencioso-, no dejó opciones para llevar a la práctica sus recomendaciones y poner en marcha las necesarias políticas públicas que solucionaran los problemas. Hoy, el informe sigue teniendo vigencia y los desequilibrios denunciados han aumentado. Los grandes grupos juegan un papel protagónico, por encima de los intereses de Estado y la profesión del periodismo ha perdido independencia, calidad y compromiso social.

Por otra parte, cuando hablamos de 'Comunicación para el Desarrollo' damos como válido el camino que traza, sus estrategias y los logros obtenidos. Ello equivale a olvidar nuestra esencia de buceadores en la realidad, abandonar nuestra capacidad autocrítica y caer en la autocomplacencia, a tolerar el conformismo con la injusticia y la brecha que agiganta, cada día más, la distancia entre quienes disfrutan de la acumulación de la riqueza y quienes malviven por culpa de esta concentración.

¿Qué es esto de la Comunicación? Y, sobre todo, ¿a qué estamos llamando Desarrollo? El imaginario de la Comunicación para el Desarrollo por el que se ha venido trabajando está relacionado con un trabajo social de reivindicación de movimientos de base en la búsqueda de mejorar las condiciones de vida, partiendo de estrategias locales que se engarzan en redes nacionales e internacionales. Es una labor de democratización, concientización y participación para buscar cauces que se han convenido en llamar 'de desarrollo'. Pero realmente, en la mayoría de los casos lo que se persigue son conquistas sociales y humanas, ideales de vida desde cosmovisiones propias o desde nuevas o ancestrales prácticas culturales, que vienen a denunciar el fracaso del modelo desarrollista y la imposibilidad de que incluso el hoy llamado 'capitalismo verde' venga a solucionar los desastres causados precisamente por la práctica comercial capitalista. El concepto de desarrollo en su propia definición, como veremos más adelante, plantea retos de crecimiento económico como principal objetivo para crear condiciones de vida. Esta estrategia sólo beneficia intereses especulativos y no acierta a alcanzar los fines propuestos.

La primera pregunta que este hecho nos plantea tiene que ver con si se corresponde hoy este ideal de comunicación (me refiero a la Comunicación para el Desarrollo) con un conocimiento exacto de lo que significa promover el desarrollo, cuyo objetivo básico es economicista, promotor de la búsqueda de una riqueza material y, en la práctica, al margen de cualquier idea de distribución democrática de la misma. La realidad es que en setenta años de aplicar planes de desarrollo en los países mal llamados 'del Tercer Mundo' la brecha entre pobres y ricos se ha agigantado hasta límites insoportables. La práctica del desarrollo es economicista, etnocéntrica y exógena, y esta esencia la descalifica para hacer posible la mejora de las condiciones de vida.

Frente a los desafíos que presenta nuestro mundo necesitamos dar un salto cualitativo que nos permita vislumbrar nuevas rutas y reflexionar sobre los fracasos y logros alcanzados en torno a la práctica de la Comunicación para el Desarrollo.

La principal necesidad pasa por reivindicar nuevos imaginarios que nos permitan incidir en los cambios que los problemas globales que enfrentamos nos reclaman.

Fundación Telefónica
Telefónica

Ése es un desafío que sólo se satisface desde la recuperación de políticas públicas responsables, con el compromiso de gestionar los auténticos intereses ciudadanos y con la apertura de cauces a una verdadera participación en la toma de decisiones.

Comunicación, Desarrollo y Cambio social

Éstas son tres claves a considerar de manera crítica para encontrar y reafirmar nuevos paradigmas que nos permitan trazar unas líneas maestras, márgenes de seguridad, que den garantías a una reivindicación y una acción más incisiva en la creación de medios realmente democráticos y comprometidos, junto a la reorientación de los discursos.

¿Por qué seguimos hablando de medios de comunicación sin tener en cuenta que la mayoría de los medios no hacen comunicación? Puede que informen o difundan, pero no comunican porque no están en situación de construir una relación horizontal con las audiencias.

Sin calificar la función social que puedan cumplir los medios de masas, lo cierto es que no vienen a garantizar el derecho de comunicación. Éste es el primer problema, el sometimiento de la democracia a los medios del Primer y Segundo Sector, a la inexistencia o supervivencia, en condiciones que no garantizan la sostenibilidad, de los medios del Tercer Sector, los medios de expresión ciudadana. Una sociedad civil a la que no se le garantiza el ejercicio del derecho a la comunicación es una sociedad con una opinión secuestrada, usurpada por quienes se autodesignan como representantes e interlocutores de los actores principales: los ciudadanos.

La cada vez mayor concentración mediática tampoco favorece un discurso plural y, naturalmente, las informaciones reflejan intereses empresariales que están en consonancia con la defensa de sus propios intereses, con perspectivas etnocéntricas.

Contra esta concentración, muchos colectivos ciudadanos y activistas sociales han visto en Internet una oportunidad, una válvula de escape, ante la homogeneización de los discursos. Considerando útil y enriquecedora esta floración de medios alternativos o alterativos, no deja de ser cierto, como dice Giuseppe Richeri, que este fenómeno implica una ‘pulverización’ de las opiniones críticas (Sevilla, 2008), una dispersión y atomización de los medios y colectivos que pueden ofrecer alternativas válidas. Internet es base de una cierta revolución, pero también una excusa perfecta para permitir como exótica y atractiva la existencia crítica de otros medios, sin tener que atender a una regulación del espacio radioeléctrico más democrático o de una prensa menos esclava y permeable a los intereses políticos y empresariales.

Espacio para los medios ciudadanos

Las mejores noticias en este sentido vienen precisamente de América Latina, con los avances legislativos producidos en los últimos años en reconocimiento de los medios ciudadanos en Colombia, Ecuador, Venezuela y ahora en Uruguay tras la aprobación de reservar la cuarta parte del espectro radioeléctrico para los medios ciudadanos.

En España, el espacio que no se ha querido dar a los colectivos ciudadanos que reivindicaban

Fundación Telefónica
Telefónica

la concesión de licencias de radio -y ahora de televisión- se ha justificado con la existencia de los medios públicos municipales. Éstos podrían ser un exponente de un modelo ciudadano, pero necesitan evolucionar y recuperar sus auténticos orígenes, abrirse más a la participación para convertirse en auténticos medios del Tercer Sector, apoyados en el esfuerzo económico de los Ayuntamientos. La ciudadanía necesita medios propios para manifestar sus auténticas aspiraciones, canalizar sus inquietudes y organizarse. El espacio de los medios ciudadanos no puede ser usurpado ni por los medios privados, donde prima la rentabilidad económica, ni por los públicos, que obedecen a estrategias de gobierno.

Concentración y homogeneización de las agendas han sido las consecuencias de la tendencia neoliberal que ha implantado un marco desregulador que hace peligrar a las democracias mismas; y todo ello en medio del abandono de las políticas públicas, de una acción de gobierno que defienda los intereses ciudadanos.

Falta de compromiso social

En conclusión, estamos aceptando que se defina como comunicación algo que no lo es y que sólo define un bombardeo de información. Información que no implica necesariamente conocimiento o divulgación de acontecimientos de interés ciudadano. Para la mayoría de los ciudadanos, las fuentes donde se originan las noticias y la agenda de los medios no son conocidas, ni identificables. La audiencia confía en la información que se le ofrece desde la apariencia de credibilidad que envuelve a los medios.

La comunicación exige la existencia de dos en un plano de reconocimiento entre iguales, es horizontal y dialógica. Un «proceso de interacción social democrático basado en el intercambio de signos por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias en condiciones de libertad e igualdad de acceso, diálogo y participación» (Beltrán, 1998). Los medios de masas no ofrecen estas posibilidades. Sus criterios son mercantilistas, sus agendas opacas y su interés en el ciudadano es como mero receptor de mensajes, como consumidor. Lo importante para ellos es sumar el máximo número de consumidores posibles para validar su audiencia ante el mercado publicitario, teniendo en cuenta que al consumidor no se le reconoce la categoría de ciudadano.

Los medios de masas ocupan espacios ideológicos pero no con un compromiso social, sino como estrategia para asegurarse un *target* que valide su oferta ante los anunciantes. En realidad, todos basan su agenda en un mismo esquema de valores que vienen a reproducir los intereses empresariales de mercado en los que basan su sustento.

Seguir llamando medios de comunicación a todos los medios de masas no facilita la creación de auténticos medios para la construcción social y la participación activa, lúdica y crítica de la ciudadanía.

Es necesario recuperar el auténtico sentido de las cosas y evitar apropiaciones interesadas, reconceptualizar, para dar una función a la mayoría de los medios de masas que nunca la tuvieron o la han perdido. Tal vez por ello algunos tratan de incorporar prácticas de un mal llamado ‘periodismo ciudadano’ para tratar de restablecer una complicidad con las audiencias.

Fundación Telefónica
Telefónica

Es el caso de los medios comerciales de masas cuando invitan a sus receptores a enviar fotos, vídeos y noticias que son cribadas y seleccionadas en función de un interés más mediático que social. El periodismo ciudadano bebe en otras fuentes y nace de la necesidad de crear auténticas tribunas ciudadanas para poner en valor sus auténticos intereses.

El imaginario del desarrollo

Podríamos definirlo como el mayor fracaso del siglo XX, responsable de haber condenado a cinco partes de la humanidad a la pobreza y a más de mil millones de personas a la extrema pobreza. Pobreza que no sólo se define por la posesión de riqueza económica, sino también por la incapacidad de gobernar sus vidas en el día a día, de tomar decisiones propias que les permitan una subsistencia de acuerdo a sus creencias y costumbres.

En el *Discurso a la Nación* de Truman en 1949, los planteamientos de su conocido Apartado Cuarto condenaron a la mayor parte de la humanidad a la categoría de subdesarrollada sin más consideración, como si todo el mundo tuviera que participar del imaginario occidental, su modelo de vida, de sus creencias y de sus formas de explotar y tratar a la naturaleza y a sus recursos. Ese día, miles de personas pasaron de dejar de ser consideradas bajo su forma de vida para adoptar una condición que ni siquiera conocían: subdesarrollados. La necesidad de consumir se había desatado sin saber para qué, ni por qué, ante el imperativo de alimentar la espiral del enriquecimiento. No se consultó a nadie, nadie fue escuchado entre la ciudadanía de esa parte del mundo acerca de sus necesidades reales, que no pasaban por las de ampliar sus expectativas de consumo para contribuir a ensanchar mercados con los que satisfacer las ambiciones mercantiles de las potencias dominantes, especialmente las de EEUU.

Antes de la década de 1950, el Desarrollo no era un concepto debatido en la mayoría de los países latinoamericanos y menos en la sociedad africana. Ahora es el centro del debate en todo el mundo y el anhelo que se persigue dramáticamente, a cualquier precio y sin alternativas. Como dice Mansilla, las sociedades «más importantes del ahora llamado Tercer Mundo dejaron de producir modelos originales de desarrollo e ingresaron a una larga época de estancamiento histórico». Bajo el paradigma del desarrollo, «la actividad humana es percibida como sometida al principio de eficiencia y rendimiento, con una tendencia compulsiva al dinamismo y al éxito» (2008, p. 95).

Desarrollo equivale a considerar que progreso es crecimiento económico y capacidad de consumo. Implica creer que los recursos de la naturaleza son inagotables. Que no es necesario redistribuir la riqueza, sino crear bases y condiciones para dar la bienvenida a nuevos ricos, sin que esto implique ni reparto igualitario, ni redistribución de la riqueza. Adam Smith era un ingenuo al pensar que «todo hombre que trabaje por sus intereses egoístas será manejado por una mano invisible a favor del bien público».

El pensamiento de que la generación de nuevas fortunas traería consigo una mayor redistribución de las riquezas hasta acabar beneficiando a todos estaba condenado al fracaso. Ideales que no han cubierto sus expectativas, básicamente porque la inequidad bajo la que hoy vive el mundo es la base misma del crecimiento económico.

Fundación Telefónica
Telefónica

La medida de la riqueza

El comunismo trató de darle la vuelta a la situación, pero sometió al individuo al sistema. En cualquier caso, ambas perspectivas -capitalismo y comunismo- apostaban por la búsqueda del crecimiento permanente en un planeta de recursos finitos y no dejan de ser cosmovisiones occidentales impuestas y colonizadoras del imaginario mundial. La base de la generación y producción del pensamiento único.

En 2001, la quinta parte más rica de la población mundial poseía el 86 por ciento del PIB mundial, contra el 1 por ciento de la más pobre. El patrimonio de los 15 individuos más ricos sobrepasa el PIB de toda el África subsahariana y las 32 personas más ricas del mundo superan el PIB de Asia del Sur; las 84 personas más ricas sobrepasan el PIB de China, con 1.200 millones de habitantes; el 1 por ciento de los estadounidenses posee más riqueza que el 95 por ciento de la población situada en la franja inferior (Latouche, 2004). Esto es el desarrollo.

En la rica Unión Europea, antes de la última ampliación a los países del Este, había censados 60 millones de pobres, que nuestros medios de divulgación siguen escondiendo debajo de la alfombra en su presentación de la realidad diaria, como si éste fuera un debate menor frente a las querellas políticas cotidianas y a la banal y especulativa información bursátil. La verdad informativa consistiría en decir: ¿Quién invierte en bolsa? ¿En qué consiste este juego perverso que nos empobrece económicamente a quienes no especulamos cuando baja y nada ganamos cuando sube? La economía subyacente ha sustituido hoy a la economía real, la que se mueve con dinero de papel que no representa ni el 7 por ciento del flujo de intercambios.

La herramienta del PIB como medida de riqueza es también arbitraria y peligrosa. El PIB mide el movimiento de capital en circulación sin tener en cuenta lo que lo produce. Igual puede ser una catástrofe ecológica (quema de montes, mareas negras, accidentes nucleares), accidentes de tráfico, la caída de un avión, enfermedades como el cáncer o los problemas de infarto que movilizan a la industria farmacéutica. En nada mide de manera exclusiva la calidad de vida y la satisfacción social y cultural.

Modelos de desarrollo

Son muchos los ejemplos dramáticos que el modelo especulativo desarrollista ha generado, empobreciendo sociedades a costa de reportar beneficios sólo a Occidente. Según el Banco Mundial, el PIB de África subió un 0,5 por ciento en 2006; sin embargo, la situación de la población ha empeorado. No se tiene en cuenta que el incremento de ese PIB obedece al enriquecimiento de una minoría que trabaja en connivencia con empresas occidentales y que otra parte obedece al tráfico de armas y a la expoliación ilegal de los recursos del continente.

La guerra del Congo es sostenida por el tráfico del coltan (básico en la industria de la electrónica y sobre todo para el funcionamiento de nuestros teléfonos móviles) y de diamantes, con la complicidad de las multinacionales europeas, japonesas y estadounidenses. Lo mismo que ocurrió en otros conflictos que han diezmado la población en Liberia, Angola o Mozambique. El empobrecimiento y el drama humano de estos países son culpa de la avaricia

Fundación Telefónica
Telefónica

occidental. Nigeria, uno de los países con más recursos naturales, ve cómo año tras año aumenta el nivel de pobreza de su población. Compañías como la Shell, explotadora de los recursos petrolíferos del país, incrementan sus beneficios con el transporte del combustible fósil a los países del 'Norte'; mientras que la población se ve obligada al 'robo y pillaje' de un combustible que les pertenece y no pueden pagar a costa de jugarse la vida y ser tratados de ladrones por los medios de comunicación pagados por la Shell. La misma compañía ha sido condenada por destrucción del medio ambiente, apoyar guerras civiles y traficar con armas para defender sus intereses comerciales. La Royal Dutch Shell tiene como principal accionista a la familia Real Holandesa.

La perca del lago Victoria llega todos los días a los mercados europeos a un precio muy competitivo, pero los europeos que compran el producto desconocen que este voraz pez fue introducido para su explotación comercial y que está acabando con las especies autóctonas. El mayor lago tropical del mundo (del tamaño de Andalucía) se muere al romperse el equilibrio ecológico, pero eso no es lo más grave. Aviones rusos se encargan diariamente de su transporte a Europa y cuando vuelven llevan armas y munición que introducen ilegalmente, alimentando la espiral de violencia y muerte de los numerosos conflictos armados africanos.

Todos hacen la vista gorda ante este comercio. La perca, además, ha sometido a la economía local a un monocultivo que la hace dependiente de ély la población ni siquiera puede consumir el producto de su pesca, viéndose obligada a subsistir de los desechos arrojados a vertederos por la industria envasadora. Dos millones de europeos se alimentan a diario de esta producción, dos millones de kenianos mueren de hambre, según reconoce el propio Gobierno del país. Quinientas toneladas de perca fileteada salen diariamente desde el aeropuerto de Mwanza para el mercado europeo dejando las raspas, de las que se alimenta una población local sumida en la miseria. Los fondos para montar la industria de la pesquería han salido del Banco Mundial y la UE, que han alabado este 'ejemplar' modelo de desarrollo (Sauber, 2005)[1] .

En Argentina, Paraguay o Brasil, la soja ha sustituido a cultivos tradicionales consumidos en estos países. Ahora se produce para el exterior y mientras una oligarquía agraria obtiene suculentos beneficios, el mercado interno se hace dependiente del exterior y compra los artículos básicos que antes producía a precios más caros.
Indonesia y Malasia han destruido con fondos europeos una superficie equivalente al territorio de Francia de bosques húmedos esenciales para la vida. Todo para producir el aceite de palma que alimenta la producción de energía 'limpia' en Europa. Un modelo de sostenibilidad que cínicamente ha despreciado la economía local -que daba sustento a miles de campesinos-, ha desplazado a la población originaria de los bosques y ha destruido un ecosistema único en el planeta. Un drama similar se vive a diario en la toda la cuenca del Amazonas con la siembra de la soja y la caña de azúcar para la producción de etanol.

La siembra del alga Eucheuma en las islas del Pacífico se puso en marcha como proyecto de desarrollo. El resultado ha sido la ruina de la economía local. El alga se utiliza para producir carragenano, un aglutinante sustitutivo de la grasa animal para los helados que tomamos. Pero este producto aparentemente inofensivo y que consumimos para no aumentar nuestro grado de obesidad ha provocado la muerte de los corales y la desaparición de la pesca que daba sustento a la población. Obviamente, los habitantes de las islas no se alimentan de helados.

Fundación Telefónica
Telefónica

En Occidente nos preocupa la obesidad, queremos seguir nuestra dieta de alto consumo energético conservando nuestra línea. La fabricación de adelgazantes para la obesidad a partir de la obtención y explotación de la patente de la planta hoodia (que contiene una molécula 100.000 veces más potente que la glucosa a la hora de enviar información de saciedad al cerebro) se ha puesto de moda. La planta ha sido usada tradicionalmente por los bosquimanos en el Desierto de Kalahari para calmar el hambre en época de escasez. Por la explotación de este conocimiento y los derechos sobre la planta, la multinacional Unilever liquida sólo el 1 por ciento de los beneficios al gobierno sudafricano. Un remedio contra el hambre convertido en un remedio contra la obesidad y la avaricia occidentales.

Camino del desastre

Los beneficios del desarrollo, concretados en grandes fortunas, se invierten pensando en las necesidades futuras de la población para multiplicar los beneficios. Algunos de estos millonarios han invertido en la compra de tierras en la Patagonia Argentina. El agua será un recurso escaso y en el territorio constituye una de sus principales riquezas. Entre los más activos inversores se encuentran varios miembros de la secta de la Cienciología y pertenecientes a la industria de Hollywood y los medios de información. Silvester Stallone, Dustin Hoffman, Ted Tunner y Joe Lewis, propietario de las cadenas Planet Hollywood y Hard Rock Café pero también sospechoso de turbios negocios.

El más importante propietario de las tierras patagonas de Argentina es la familia Benetton (900.000 hectáreas, 4.500 veces la ciudad de Buenos Aires). Las enormes extensiones de tierra adquiridas por estos magnates suponen un territorio superior al tamaño de las cuatro autonomías españolas de mayor extensión: Castilla León, Andalucía, Castilla La Mancha y Aragón. La mayoría de las tierras patagonas son reivindicadas por el pueblo mapuche, que hoy ve cómo se le impide el paso a su territorio ancestral.

Después de la guerra del Congo que supuso el fin del dictador Bokasa, la banca suiza reconoció la existencia de cuentas ocultas por importe de 4.000 millones de dólares, de los que Congo sólo ha recuperado cien. Tras la crisis argentina de 2002, el capital evadido a EEUU -y jamás recuperado- ascendía a 100.000 millones de dólares, cantidad muy superior a la deuda de dicho país en ese momento.

La explotación de miles de trabajadores y trabajadoras en maquilas, las zonas francas establecidas en países ‘pobres’ fuera de la ley, donde se produce diariamente la violación de todos los derechos laborales y se trabaja en régimen de esclavitud, son apoyadas por los gobiernos que las ven como una oportunidad de incrementar el PIB del país y atraer a la industria mundial. Pero, ¿quién obtiene y se lleva realmente el beneficio a cambio de salarios de usura? El desarrollo conlleva la violencia estructural, el hambre y la inequidad.

Las empresas ‘modélicas’ invierten miles de millones de dólares en publicidad en los medios. Éstos, en cambio, sólo tienen letra pequeña para contar que empresas multinacionales del ‘prestigio’ de Nestlé, Bayer, Novartis, Pfizer, Adidas, Nike, Reebok, BP, Exon, Shell, Total, Mercedes, C&A, H&M, Triumph, Chicco, Unilever, Kraft, McDonald´s, Chiquita, Coca Cola, Del Monte, Monsanto, Deutsche Bank, Walt Disney, Ford, GM, Mitsubishi, Samsung, Siemens…

Fundación Telefónica
Telefónica

han sido acusadas de explotación en los países empobrecidos, de vinculación a mafias locales para mantener sus privilegios, de experimentar con la población, de vender productos caducados, de apropiación de patentes… Cada una de ellas y de otras muchas (también españolas) que pueden ser fácilmente incorporadas a la lista, tiene una relación directa con prácticas delictivas que han sido denunciadas y a veces hasta reconocidas por las mismas empresas, pero el velo del silencio pesa y sus resultados económicos siguen siendo 'ejemplares', como ejemplar es su modelo de desarrollo (Werner & Weis, 2004).

Son ejemplos de cómo dicta las reglas el desarrollo y de quiénes son sus verdaderos beneficiarios. Las investigaciones de Jean Ziegler, Klaus Werner y Hans Weis o de Gilbert Rist sobre el uso de las riquezas y la generación del progreso de la desigualdad, resultan bien esclarecedoras de cómo creamos un mundo de inequidad y explotación en defensa del desarrollo, con la complicidad de los medios.

Un modelo de vida que arruina el mundo

Pero ni siquiera para Occidente el modelo de economía de desarrollo resulta válido. No sólo porque los niveles de desigualdad se incrementan, sino porque como modelo depredador produce pensando exclusivamente en el beneficio económico especulativo. Producimos y consumimos más de lo que necesitamos, desperdiciamos más recursos vitales de los necesarios. Nuestra explotación del ecosistema no es reproducible si se traslada al resto de la humanidad; el planeta carece de recursos suficientes.

El ideal de reproducir nuestro modelo, de expandirlo al resto del mundo, es inviable. Es necesario un sistema más eficiente y solidario. Usamos autos que pesan dos toneladas para trasladar cuerpos que no superan los 80 kilos de media. Consumimos agua embotellada sin tener en cuenta que un envase de un litro necesita un gasto de otros cinco, en términos de energía, y la basura que produce requiere un gasto mayor para su tratamiento. Con nuestro actual modelo de vida, más del 60 por ciento de los recursos hídricos del planeta están embalsados, lo que limita las posibilidades de nuestro ecosistema, que necesita de ríos y manantiales para seguir generando vida.

Para entender lo absurdo de nuestro modelo de vida y su insostenibilidad, baste decir que la media de kilómetros recorridos de los alimentos que consumimos a diario se sitúa entre 2.500 y 4.000. El 'alimento viajero' tiene un gran impacto ambiental; esta práctica innecesaria hace que los productos agrícolas necesiten hasta tres veces más energía para su transporte que para su cultivo. El abandono de los cultivos tradicionales, del consumo de los frutos de temporada, la estandarización de los alimentos impuesta por la industria de la distribución y la presencia de agentes contaminantes y aditivos deterioran e hipotecan nuestra calidad de vida.

Nuestro exceso en consumo de carne implica una contaminación por gas metano que supera en sus niveles a la contaminación por CO2. El uso de latas de aluminio implica la remoción de 40 toneladas de tierra rica en bauxita para obtener una tonelada de aluminio. Su extracción se produce en los países que empobrecemos, pero su fabricación se realiza en fábricas europeas,

Fundación Telefónica
Telefónica

por lo que es necesario un gasto considerable en transporte para producir, mediante el calentamiento del mineral a 2.000 grados, planchas de 9 metros de grosor y 32 toneladas de peso. Planchas que luego serán trasladadas, nuevamente, a otras fábricas distribuidas por el continente donde se laminan, mediante su calentamiento a 500 grados, hasta los 0,2 mm para su destino final, en la mayoría de los casos los vertederos donde arrojamos nuestras latas de refrescos. No es posible que veamos como normal que el continente cueste más que el contenido.

Gastamos más en comprar basura que en útiles al hacer nuestra compra diaria. En el mundo más de 130 millones de celulares se arrojan a la basura y el 80 por ciento de la 'basura' electrónica se exporta desde los países ricos a vertederos de terceros países. Los medios tratan de sensibilizar sobre la importancia del reciclaje, cuando el verdadero mensaje debería residir en dejar de fabricar basura para evitar una tendencia costosa y no siempre efectiva. Pero una vez más, como la pescadilla que se muerde la cola, el modelo hace crecer nuestro PIB.

Cuestionamientos críticos al desarrollo

Frente a estas perspectivas críticas sobre el concepto de desarrollo y la manera en que se aplica, han surgido en distintos momentos de la historia movimientos críticos que han cuestionado la perspectiva desarrollista. Sin embargo, sin abandonar el paradigma de la búsqueda de crecimiento, todos han errado en su propuesta de construir modelos de desarrollo más amables. En muchos casos se han llegado a aplicar sin obtener los resultados esperados.

Los teóricos de la dependencia, doctrina fortalecida en Latinoamérica, cuestionaron las formas de alcanzar el desarrollo, pero en definitiva, como dijo Henrique Cardoso no había una propuesta de acción concreta y proponían el mismo modelo, sólo que en 'beneficio de otras clases' (Rist, 2002, p. 139).

Evidentemente, para los teóricos de la dependencia el subdesarrollo no es un estado natural; para ellos, el progreso de los países había sido bloqueado por prácticas colonialistas. La tesis de la dependencia rechaza el capitalismo sin rechazar los presupuestos del desarrollo, pensando una vez más que el crecimiento sería la clave para alcanzar el modelo occidental. Es decir, no planteaba una alternativa real sobre los resultados del modelo de producción y consumo, ni atendía las cosmovisiones locales.

Por las mismas razones otros modelos de aplicaciones prácticas fracasaron, como la *Self-Reliance* (autonomía o desarrollo autocentrado), surgida por iniciativa de Julius Nierere (Declaración de Arusha, Tanzania, 1967). Unos de los principios más claramente definidos era la búsqueda del desarrollo del hombre por encima de las riquezas materiales y la autosuficiencia local lejos de las prácticas del comercio internacional.

El NOEI también trató de cambiar las reglas del juego del comercio internacional, pero el simple hecho de reconocerse como países en vías de desarrollo les hacía participar nuevamente de

Fundación Telefónica
Telefónica

una cosmovisión ajena y perseguir las mismas aspiraciones que se denunciaban.

Una novedad que ha tenido repercusiones en el presente se produjo a partir del informe realizado por la Fundación *Dag Hammarskjöl*, conocido por: *¿Qué hacer?* y realizado en 1975 por encargo de la 7ª sesión extraordinaria de la Asamblea de las Naciones Unidas. El informe trata de superar el antagonismo desarrollista, considerando por primera vez que los cambios se tienen que producir, principalmente, en el modo de vida de los países enriquecidos y que el desarrollo no obedece a un solo modelo universal. Por primera vez, se cuestiona el paradigma del crecimiento. El informe proponía cuatro puntos básicos de partida: limitar el consumo de carne y petróleo, edificaciones más racionales, aumentar la vida de los artículos y suprimir los vehículos individuales. Justo los hábitos perniciosos que invaden el mundo 'desarrollado' y que exportamos al resto.

Medios sencillos y lógicos para dejar de usurpar bienes necesarios para los países empobrecidos. El problema no está en los pobres, sino en quienes acumulan la riqueza. El pobre no tiene problemas que resolver ante esta debacle, los tiene el rico.

Hoy se habla de 'desarrollo sostenible' como una alternativa al desarrollo sin control que esquilma todos los recursos. Hablamos de 'desarrollo humano', pero siempre desde criterios economicistas, aunque se introduzcan otros valores relativos a la educación, al acceso a la cultura, a la salud, a las libertades.

La formulación del concepto del Índice de Desarrollo Humano (IDH) adoptado por Naciones Unidas a comienzos de la década de 1990 fue un cambio importante pero insuficiente, al mantener los criterios de vida occidental como estándar de calidad. Aceptando que el IDH fuera un modelo válido de medición, nos encontraríamos ante la paradoja de que Cuba estaría situada por delante de EEUU, ya que su sistema sanitario y educativo es infinitamente mejor. El modelo sanitario cubano trasladado a EEUU salvaría cada año a casi 2.500 recién nacidos; pero, con todo, Cuba es sólo uno de 41 países en el mundo que superan a EEUU en la clasificación del IDH.

Como han dicho Georgescu Roegen, Gilbert Rist, Helena Norberg-Hodge, Bruno Clementin, Latouche, Braungart, McDonough, Cheynet, Grinewald, Maurizio Pallante, Gustavo Esteva tantos otros, el desarrollo sostenible, humano o local, no es más que formas aplazadas de trazar un mismo camino; una forma de aplazar decisiones sobre los problemas globales a los que se enfrenta la humanidad y nuestro planeta. Definir algo como 'sostenible' equivale a reconocer un equilibrio inestable y no perdurable. Con humor, Braungart y McDonougth son más explícitos y usando la ironía reflexionan: ¿definirías como positiva la relación con tu pareja si la calificaras como 'sostenible'? No parece la mejor de las situaciones. Aplicar calificativos al desarrollo para dulcificarlo es un pleonasmo, ni añade, ni quita nada, aunque despiste. Desarrollo es desarrollo y no se puede disociar de su naturaleza económica, de persecución de crecimiento permanente.

Abogar por el fin del desarrollo se plantea hoy como una necesidad incuestionable. No es posible seguir acumulando riqueza y mantener un crecimiento económico cuando los recursos del planeta son finitos y mucho menos sin un planteamiento serio de distribución y

BY NC ND

redistribución de la riqueza.

El modelo actual de vida creado con el desarrollo no puede acoger a todos, más bien a cada vez menos. De haberse cumplido los pronósticos más optimistas de los planes de desarrollo, a estas alturas de la historia todos deberíamos haber alcanzado el mismo nivel de vida, la misma capacidad de consumo. El calendario es el mismo para todos y alcanzar a los países situados en lo alto de la curva por quienes se sitúan en la parte inferior es por definición imposible, la diferencia no puede sino crecer. En el año 1700 la diferencia era de uno a dos años; de uno a cinco a finales del siglo XIX, de uno a 15 en 1960 y de uno a 40 en 1980. En el umbral del año 2000, el PNUD reconocía que la proporción entre el 20 por ciento más rico y el 20 por ciento más pobre en 1960, era de 30 a 1; en 1980, de 40 a 1 y en 1994, de 68 a 1 (Rist, 2002). Un avance significativo en términos de desigualdad.

---

1 *El documental La pesadilla de Darwin de Hupert Sauber, producido en 2005, es una denuncia descarnada de la explotación comercial de la perca del Lago Victoria y de la extrema pobreza de los pueblos ribereños de África.*

Comunicación para el cambio social

Y en este contexto ¿cómo hablar de hacer Comunicación para el Desarrollo? Ante los cuestionamientos que se vienen realizando sobre el desarrollo hay quienes han planteado un cambio semántico que no incide en los significados. Se trata del término ‘cambio social’, de la Comunicación para el Cambio Social.

¿Es que la llamada Comunicación para el Cambio Social no se plantea el progreso de la humanidad desde las claves surgidas por el modelo de desarrollo definido por Truman en su discurso del año 1949? Un modelo tutelado por las organizaciones salidas de Breton Woods, cuando la mayoría de las naciones del llamado Tercer Mundo no habían alcanzado su independencia y como colonias no tenían voz propia. El Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y con posterioridad, la Organización Mundial del Comercio, han sido los brazos ejecutores para facilitar que la ideología del progreso fuera la ideología del desarrollo. El plan del británico Keynes para crear un organismo internacional de compensación de los desequilibrios comerciales, de manera que los países con excedentes financiarían a los países deficitarios mediante transferencia de sus excedentes, se vino abajo ante la imposición de EEUU.

¿Cuál debe ser la estrategia de cambio social? ¿Cuál es el nuevo punto de partida? ¿Cómo construir medios ciudadanos y democratizar los mensajes y los discursos? ¿Cómo romper los falsos imaginarios que hemos estado creando? La comunicación para el cambio social se define también bajo la perspectiva de buscar el crecimiento económico de las sociedades consideradas más atrasadas. ¿Atrasadas en qué? ¿En no vivir bajo los esquemas occidentales de consumo? El concepto de desarrollo mantenido desde este nuevo paradigma sigue siendo

Fundación Telefónica
Telefónica

un mero proceso económico y así lo definen sus actuales defensores: «Estamos usando el término 'Comunicación para el Cambio Social' como una forma útil de organizar y pensar. Este trabajo está basado en una premisa simple: es posible encontrar formas efectivas de usar la disciplina de la comunicación para contribuir a acelerar el ritmo del desarrollo. Sabemos que cuando la comunicación se convierte en un elemento integral del proceso de desarrollo y se la ejecuta inteligentemente, el proceso de desarrollo es más sostenible. Creemos también que una intensa labor proselitista es necesaria para contribuir a que la comunicación sea aceptada como el factor integral que es dentro del proceso de desarrollo»[2] .

¿En qué términos resultan modificados los paradigmas del desarrollo descritos anteriormente para justificar este cambio? La orientación es la misma: la búsqueda de estrategias en la comunicación para sembrar pautas de desarrollo. Como bien dice la investigadora boliviana Karina Herrera (2008), el concepto de cambio social es hoy «tan ambiguo como lo son sus diversos abordajes y perspectivas». El cambio social es más un objeto de estudio cuando se produce que un método para abordar los mismos. Cambio social implica evolución social, pero no una dirección concreta. En este sentido, hablar de una Comunicación para el Cambio Social no marca una estrategia definida ni acertada y no viene a ser una innovación sobre quienes, con más acierto en un momento histórico complicado, razonaron la importancia de la comunicación como catalizadora de una evolución social hacia la democracia y la igualdad social. El único inconveniente es que el paradigma del desarrollo como *leif motiv* traicionaba este ideal.

Valorando el esfuerzo que significa este nuevo empeño de construcción crítica y de aunar esfuerzos entre investigadores y activistas, resulta reiterativo y contradictorio el modo en que se reivindica nuevamente el desarrollo. Si el proceso de cambio trata de construir escalas de prioridades sociales en base a individuos, la prioridad no puede residir en un modelo ya fracasado. Los indicios desde los que crear nuevas prioridades sociales apuntan a una necesidad de lograr que en el ámbito local se genere el mayor número posible de recursos, a que se consiga un óptimo nivel de autosuficiencia que permita construir un modelo global más solidario, respetuoso con el planeta y perdurable. La prioridad del cambio señala una dirección opuesta a las prácticas desarrollistas. Es más necesario y satisfactorio vivir bien que vivir mejor, que encierra una insatisfacción permanente que sólo parece cubrir el consumismo.

Nuevos imaginarios: decrecer para obtener el bienestar

En este sentido, el discurso de los medios masivos apuesta mayoritariamente por el ideal del desarrollo para alcanzar la liberación del ser humano. Si un principio de la información es reducir el grado de incertidumbre, esta forma de tratar la realidad produce inquietud y ausencia de perspectivas para encontrar soluciones.

No se paran a pensar en sus consecuencias y si lo hicieran no podrían hacer otro discurso, porque este objetivo entraría en colisión con sus fines mercantiles. Los grandes grupos de información y difusión contribuyen no sólo a la cimentación del imaginario del desarrollo, sino que son parte de ese sistema que mantiene el actual esquema injusto de desequilibrios. Son capaces de denunciar la pobreza, el hambre, las pandemias, las dictaduras, pero no son capaces de denunciar sus causas, ni de hacer ver que detrás de esos dramas se esconden los

Fundación Telefónica
Telefónica

intereses de las multinacionales que se anuncian en sus espacios.

En definitiva, los imaginarios sociales construidos por los medios de masas no contribuyen a sensibilizar a la ciudadanía sobre el drama del desarrollo y sobre una forma de vida que impide la mejora de las condiciones en otras regiones del mundo.

Desde esta óptica se plantea una nueva lógica, la de la cultura del decrecimiento económico para dejar espacio a otros. Modificar el modelo de producción, la sociedad de los consumos innecesarios, debería formar parte de los nuevos imaginarios. Decrecer implica trabajar una economía diferente, organizada para proveer de lo necesario, no de lo superfluo; un modelo donde el beneficio no sea especulativo. No es retroceder en bienestar, es renunciar al imaginario económico, «a la creencia de que más es igual a mejor» (Latouche, 2004). Como también dice Nicolas Ridoux (2008), menos puede ser más.

Trabajar para favorecer el vivir bien frente al vivir mejor es una tarea que sólo se puede conseguir si el discurso de los medios cambia y consigue sensibilizar lo suficiente sobre los auténticos problemas de nuestra sociedad y su gobernabilidad.

Tomar como modelo a cualquier país de los considerados ‘desarrollados’ para homologar al resto del planeta ‘subdesarrollado’ equivaldría a tener que disponer de al menos cinco planetas más del tamaño de la Tierra. El espacio bioproductivo medio per cápita de los habitantes de la Tierra es de 1,8 hectáreas. Un estadounidense consume 9,6 y un europeo 4,5. Estamos por encima de nuestras posibilidades y eso limita la capacidad de elección de aquellos a quienes llamamos subdesarrollados.

Si seguimos hablando de crecimiento, está claro que unos deben decrecer para dejar espacio. Tenemos un serio problema de obesidad en una parte del mundo y los medios deberían contribuir a denunciar esta realidad.

La huella ecológica de los afortunados de la Tierra pone un techo imposible a quienes hoy viven en la pobreza o en economías de menor exigencia consumista y a los que seguimos ofreciendo, gracias a nuestros medios, un escaparate sugestivo y virtual al que jamás tendrán acceso, porque el desarrollo no hace posible un reparto justo ni plantea los límites al crecimiento. Nuestra solidaridad empieza por exigir capacidad de consumo para nuestros productos y libertad de aduana y acaba en el cierre de fronteras a la circulación de nuestros vecinos en el planeta, deseosos de acabar con su miseria y compartir nuestro ‘desarrollo’.

Hemos estado trabajando bajo un esquema que defendía un modelo economicista, etnocéntrico y exógeno. Su fracaso ha sido evidente por insolidario y oportunista y el discurso de la comunicación se ha prestado a ello.

En busca del equilibrio

En la nueva apuesta existen empeños serios que demuestran que sin desarrollo -es decir, sin crecimiento- se puede vivir sin deteriorar nuestra calidad de vida. Una economía más local,

Fundación Telefónica
Telefónica

menos dependiente, que haga más y mejor pero con menos. Todo pasa por aplicar siete principios básicos: reevaluar, reconceptualizar, reestructurar, redistribuir, relocalizar, reducir (los impactos sobre la naturaleza) y reutilizar (Latouche, 2004)

El químico alemán Braungart y el arquitecto estadounidense McDonough, renunciando al concepto de desarrollo como paradigma inalcanzable, nos proponen la necesidad de un equilibrio entre economía, ecología y equidad, en el sentido de abordar la justicia social que debe estar presente en el triangulo de este fractal. El planeta es la cuna que da la vida y todo cuanto hagamos debe ser en su beneficio si queremos garantizar que nuestro presente sea capaz de asumir un futuro. Cualquier desecho industrial debe ser reabsorbido por la naturaleza como alimento de la misma. Sus prácticas demuestran que el uso de agentes contaminantes no está justificado y que la producción de basuras no reabsorbibles por la naturaleza se puede evitar. La producción se debe realizar en entornos amables y los beneficios se deben ajustar atendiendo prioritariamente a la mano de obra que los hacen posible. El fin de lo que se denomina ‘nueva revolución industrial’ está claro: un mundo movido por energías renovables, con productos saludables y seguros, que sean producidos y distribuidos de forma económica, ecológica, equitativa y estética. La cuestión es seguir las leyes y pautas de la naturaleza.

Un esquema que llevan a la práctica con éxito en sus proyectos repartidos por todo el mundo y que vienen a demostrar que realmente se puede trabajar otro modelo de economía sin perder bienestar, ni ejercer la insolidaridad. Trabajar en un verdadero modelo económico que produzca beneficios sin producir desigualdad y destrucción. Un modelo exportable a todos los sectores industriales, de ahí la necesidad de ‘rediseñar el modo en que hacemos y usamos las cosas’.

Comunicación para el empoderamiento ecosocial

Muchas cosas deben cambiar en los países empobrecidos, pero los cambios más profundos deben producirse en los países donde se concentra la riqueza y se desperdician los recursos, si es que queremos dejar de ser tolerantes con la miseria y ser verdaderamente solidarios. El único logro de la práctica del desarrollo ha sido que el rico sea cada día más rico y el pobre cada día más pobre.

Tenemos un pequeño desafío, tenemos que incorporar a nuestro libro de estilo, a nuestra manera de hacer comunicación, una nueva forma de tratar la realidad, de radiografiarla y reconocerla, de debatir con los movimientos sociales y trasladar esta realidad a los centros de poder y a la investigación de medios. Es necesario comunicar los nuevos imaginarios y comenzar a desmontar los caducos. Mirar la realidad con otro prisma.

Es necesario abrir este debate y empezar a reflexionar sobre los medios y su realidad. Reivindicar el papel que los ciudadanos deben empezar a tener, reconociendo que primero es necesaria la defensa del derecho de comunicación en los términos expresados en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos para garantizar el acceso, el uso y la gestión de los medios de masas por la sociedad civil.

Desde el espíritu que nos ha movido a trabajar con entusiasmo por una comunicación que dé

Fundación Telefónica
Telefónica

poder al ciudadano, una comunicación endógena, de concienciación -definida hasta ahora como 'de desarrollo'- y desde los postulados trabajados por Freire, Kaplún, Beltrán, Marques de Melo, Alfaro, Bordenave, Somavía, Cimadevilla, Pasquali…, deberíamos tratar de redefinir la simbología de significantes que han alterado los significados. Si la comunicación tiene una esencia revolucionaria, hagamos lo posible por trabajar utopías, no quimeras como las promovidas por el desarrollo.

Hagamos que la comunicación sea una herramienta que ayude a defender los auténticos intereses ciudadanos, que no son ni mucho menos los empresariales y corporativos. Una comunicación de empoderamiento, una comunicación ecosocial, una comunicación de posdesarrollo. Empoderamiento porque implica una toma de conciencia sobre las capacidades propias del individuo para tomar decisiones de carácter colectivo, un apropiarse del destino reconociendo una escala de valores verdaderamente humana. Ecosocial, porque estas decisiones deben incidir en la responsabilidad de instaurar un nuevo modelo económico que abandone la usura, que retribuya justamente y que sea respetuoso con el planeta y con la capacidad de las diferentes culturas para asumir sus destinos.

Hacia una democracia mediática

Nada de ello es posible sin trabajar a fondo en una nueva estructura de medios que ponga fin a la privatización de las ideas y a la creación de imaginarios interesados. No se puede construir una nueva sociedad sin una verdadera democracia mediática. Es necesario separar el discurso de los medios masivos de los intereses corporativos empresariales. Los medios deben su legitimidad a la ciudadanía y a un sentido de libertad lejano a intereses particulares. Nuestro sistema de medios actual no contribuye a la generación de nuevos imaginarios, a la construcción de un modelo más solidario y lógico de hacer las cosas.

Los medios no pueden estar sujetos a las reglas del libre mercado; no son un sector económico más, sino un sector sensible a los intereses ciudadanos y su responsabilidad debe ser ejercida desde una transparencia garantizada por su independencia con respecto al mercado publicitario y la vinculación directa a intereses políticos partidarios. Sujetar su supervivencia y su lógica a la economía de mercado daña la democracia desde el mismo momento en que se condiciona su libertad de expresión.

En esta apuesta es fundamental recuperar para los movimientos ciudadanos su plena capacidad de acceso a los medios y devolverles las tribunas que hoy se les están negando. Todo ello conlleva también una dignificación de la labor del periodista que, lejos de ser un mero asalariado de empresa, debe conquistar su independencia y su compromiso con la verdad.

Por último, ¿qué lugar juega la Academia, la Universidad? Con una Universidad que no sea capaz de tomar la iniciativa frente al mercado, seguiremos formando mercenarios capaces de todo a cambio de un salario. Construir un nuevo sistema de medios, lejos de los monopolios, exige un cambio radical en los conocimientos que trasladamos a los universitarios y en la formación de una auténtica capacidad de crítica de los futuros periodistas para dotarles de la capacidad de convertirse en catalizadores de las inquietudes sociales, en constructores de medios ciudadanos, horizontales y democráticos.

Fundación Telefónica
Telefónica

2 *Extraído del Documento Programático de The Communication Initiative Network, véase* http://www.comminit.com

Bibliografía

Alfaro, R. M. (2006). *Otra Brújula. Innovación en Comunicación y Desarrollo*. Lima: Calandria.

Beltrán Salmón, L. R. (1998). *Comunicación para la salud del pueblo: Una revisión de conceptos básicos.* IV Foro Nacional de Salud Comunitaria. Bogotá.

—— (2001). *Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo*. La Paz, Bolivia: Erbol.

—— (2008). La comunicación y el desarrollo democrático en Latinoamérica: memoria de una quimera irrenunciable. En García de Madariaga et al., *Políticas de comunicación en España y Latinoamérica*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.

Bustamante, E. (Coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital.* Barcelona: Gedisa.

Chaparro, M. (2002). *Sorprender al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual.* Barcelona: La Frontera.

—— (Ed.) (2008). *Comunicación Ciudadana. Poder, participación y nuevas tecnologías en la sociedad del conocimiento.* Sevilla: Imedea.

Exeni, J. L. (1998). *Políticas de Comunicación*. La Paz, Bolivia: Plural.

Latouche, S. (2005). *Come sopravivere allo sviluppo.* Torino: Bollati Boringhieri.

—— (2007). *Petit traité de la décroissance sereine.* París : Mille et une nuits.

Mansilla, H. C. F. (2008). *Evitando los extremos sin claudicar en la intención crítica. La filosofía de la historia y el sentido común.* La Paz: Fundemos.

Miguel de Bustos, J. C. (2006). *Comunicación sostenible y desarrollo humano en la sociedad de la información.* Madrid: AECI.

Pallante, M. (2005). *La decrecita felice.* Roma: Riuniti.

Ridoux, N. (2008). *Menos es más. Introducción a la filosofía del decrecimiento.* Madrid: Lince.

Fundación Telefónica
Telefónica

Rist, G. (2002). *El desarrollo: historia de una creencia occidental.* Madrid: Catarata.

Sauber, H. (2005). *La pesadilla de Darwin* [documental en línea]. Disponible en: http://www.nodo50.org/tortuga/article.php3?id_article=3223

VV.AA. (2001). Educación y Comunicación para la cooperación y el desarrollo. *Revista Comunicar*, No. 16. Huelva.

VV.AA. (2006). *Objetivo decrecimiento*. Barcelona: El lector universal.

Werner, K. & Weis, H. (2004). *El libro negro de las marcas*. Barcelona: Debate.

Ziegler, J. (2005). Los nuevos amos del mundo. Barcelona: Destino.

Fundación Telefónica
Telefónica