

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

e-ISSN: 2695-5725 • Número 21 • Vol.I • Año 2021 • pp. 205-227

Participación para el desarrollo. Propuesta teórico-práctica para aumentar la participación ciudadana en medios locales de comunicación

Dagmar Herrera-Barreda, **Universidad de La Habana (Cuba)**
dagmar@fcom.uh.cu

Recibido: 28/05/21 • Aceptado: 14/07/21 • Publicado: 28/07/21

Cómo citar este artículo: Herrera-Barreda, D. (2021). Participación para el desarrollo. Propuesta teórico-práctica para aumentar la participación ciudadana en medios locales de comunicación, *Sphera Publica*, 1(21), 205-227.

Resumen

El presente artículo propone una serie de componentes pertinentes para aumentar los niveles de participación ciudadana en un medio de comunicación que apueste por el desarrollo local desde una vertiente social y humana, así como una ruta de acciones para lograrlo. Desde la perspectiva cualitativa se emplean la triangulación como estrategia metodológica y la investigación bibliográfica documental, el análisis de contenido, la encuesta y la entrevista a directivos, expertos, especialistas, trabajadores de canales locales de televisión y actores sociales como técnicas fundamentales para arribar al conocimiento. A partir de reflexionar en torno a las relaciones histórico-conceptuales existentes entre desarrollo local, comunicación para el desarrollo y medios, se arriba a la noción de participación mediática ciudadana desde el espacio local de comunicación y se presenta una propuesta de componentes desde los cuales comprenderla.

Palabras Clave

Participación mediática, desarrollo local, medios de comunicación para el desarrollo, televisión local, televisión cubana.

Participation for development. Theoretical-practical proposal to increase citizen participation in local media

Dagmar Herrera-Barreda, **Universidad de La Habana (Cuba)**
dagmar@fcom.uh.cu

Recibido: 28/05/21 • Aceptado: 14/07/21 • Publicado: 28/07/21

How to reference this paper: Herrera-Barreda, D. (2021). Participación para el desarrollo. Propuesta teórico-práctica para aumentar la participación ciudadana en medios locales de comunicación, *Sphera Publica*, 1(21), 205-227.

Abstract

This article proposes a series of components to increase the levels of citizen participation in a communication medium that is committed to local development from a social and human perspective, as well as a route of actions to achieve it. From a qualitative perspective, triangulation is employed as a methodological strategy while documentary bibliographical research, qualitative content analysis, the interview with managers, experts, specialists, workers of local television channels and social actors are used as knowledge gathering techniques. Starting from reflecting on the historical-conceptual relationships existing between local development, communication for development and the media, we arrive at the notion of citizen media participation from the local communication space and a proposal of components from which to understand it is presented. It concludes with actions that could be implemented in the transition from a traditional medium to one with a participatory vocation as an effective guide to make our local media spaces that generate social change. The proposal is the result of a prolonged field work, validated by the expert judgment and the implementation in the field.

Keywords

Media participation, local development, community media for social change, local television, Cuban television.

1. Introducción

Vivimos en una sociedad *glocal*, lo sabemos y aceptamos. Hemos reconfigurado nuestro mundo bajo este precepto e incluso, para los más jóvenes, es imposible pensar en otra forma de ser, interactuar, comunicarnos. La aldea global preconizada por McLuhan pone al habla, frente a frente, a los procesos globales y locales como partes de una misma entidad, o caras de una misma moneda, como reiteradamente se ha ilustrado. En este escenario la comunicación se inscribe entre las esferas más revolucionadas. Internet, las nuevas tecnologías, los multimedios, las multipantallas... forman parte de un ecosistema inédito en el que la distancia y el tiempo han sido alterados por los espacios virtuales y los consumidores somos al mismo tiempo, y cada vez más, productores de sentido con potencial para conformar *hábitus* y capacidades de existencia en escenarios múltiples.

Como caras de la misma moneda, también emergen alivios y temores. Uno de los aspectos más polémicos se centra en el posible daño a las culturas locales, en la pérdida de la identidad, la homogenización. Precisamente este panorama inspira y sirve de base a la propuesta que realizamos en el presente artículo y a la investigación de la que forma parte, en la que se defiende la presencia de medios de comunicación en el espacio local que actúen como agentes de rescate, preservación y conservación de identidades, de afianzamiento de lo propio, lo autóctono y lo auténtico; que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida y crecimiento personal y colectivo de la población a partir de una mejor gestión y un mayor uso, acceso y participación ciudadana en los procesos comunicativos que desde ellos se propician y desencadenan.

Es en este sentido que el texto propone:

- Realizar un recorrido histórico-conceptual por las articulaciones establecidas entre comunicación y desarrollo,
- Definir a la participación y sus potencialidades desde los medios en el espacio local de comunicación,
- Ofrecer una relación de componentes y acciones que contribuyen a aumentar los niveles de participación ciudadana en un medio que apueste por el desarrollo local.

Nuestra investigación se inscribe en una línea mayor gestionada desde la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, Cuba, que tiene como centro a los medios en el espacio local y forma parte del Proyecto Análisis de Medios de dicha institución.

2. Metodología

El presente artículo es fruto de una investigación comunicológica donde se aborda como objeto de estudio a la televisión local para el desarrollo municipal desde una perspectiva cualitativa. Los resultados presentados son fruto de una pesquisa prolongada, de más de 15 años. Inicialmente se estudiaron las características del sistema de televisión de cobertura local en Cuba, puesto en marcha a partir de 2004 con el surgimiento de canales y corresponsalías de televisión en más de 80 municipios (Herrera, 2008) que demostró la existencia de una infraestructura televisiva amplia y susceptible de ser empleada de forma consciente e intencionada para lograr mejorías en los espacios en que se inserta. En un segundo momento se analizaron, de modo particular, los procesos productivos de algunas de estas entidades mediáticas (Machado, 2008; Martín, 2011; Yeras, 2012), para luego indagar en torno a las potencialidades de la televisión local para el desarrollo municipal desde la teoría, el criterio de expertos nacionales e internacionales y actores de la televisión y el desarrollo local. Esta información se contrastó con los resultados de un diagnóstico de la televisión local en el contexto cubano a partir de la implementación de la Matriz DAFO (Herrera, 2015). La triangulación de la información permitió arribar a ejes fundamentales sobre los que debe basarse esta televisión en el contexto nacional, sobre todo, en un contexto signado por un proceso de perfeccionamiento del modelo social cubano interesado en impulsar el desarrollo local desde el fortalecimiento de las potencialidades municipales. En una nueva fase, como resultado de la investigación doctoral de la autora y en contraste con modelos internacionales de referencia, se concreta una propuesta de modelo de televisión local para el desarrollo municipal (Herrera, 2015), validada por expertos (Herrera, 2018) e implementada en los municipios de Santa Cruz del Norte (Diez, 2018) y San Cristóbal (Valdés, 2018), de las provincias cubanas Mayabeque y Artemisa, lo que ha permitido seguir perfeccionándola, siempre a partir de las características de cada contexto (Herrera, Valdés y Diez, 2018, 2019). En 2021 se ha presentado y aprobado un proyecto para su puesta en marcha en otro canal cubano de la occidental provincia Artemisa: ArTV. El acercamiento cualitativo al objeto de estudio ha posibilitado asumirlo en un proceso abierto de construcción del conocimiento en el que se ha evolucionado hacia formas más complejas de comprensión. Es por ello que ha prevalecido una pluralidad metódica. Como técnicas fundamentales se han empleado la investigación bibliográfica documental, el análisis de contenido cualitativo de documentos rectores de la televisión cubana; la entrevista, realizada entre 2008 y 2018 a 199 directivos, expertos y especialistas nacionales

e internacionales, trabajadores de canales locales de televisión y a actores locales; la encuesta, aplicada a 245 trabajadores de canales y corresponsalías municipales vinculados fundamentalmente con la producción informativa, así como a actores sociales que han intervenido en los procesos de transformación social. En la implementación se acudió además la observación participante y los grupos focales, bajo los presupuestos teórico-prácticos de la Educación Popular, las concepciones metodológicas de la Investigación Acción Participación (IAP) y la propuesta de Sistematización de experiencias (Holliday, 1994), empleada como método útil para recoger, ordenar datos e informaciones generadas de la intervención municipal y obtener aprendizajes críticos.

La triangulación constante de la información, diseñada como estrategia metodológica compuesta por fases y contrastaciones, ha posibilitado la obtención de resultados parciales que permiten arribar a etapas posteriores. Muestra de estos resultados es la propuesta contenida en las siguientes páginas.

3. Discusión teórica

3.1. Referentes histórico-conceptuales de la comunicación para el desarrollo

Tras finalizar la II Guerra Mundial, en los últimos años de la década del 40 del siglo pasado y como resultado de la implementación de estrategias para sacar del subdesarrollo a los llamados países del Tercer Mundo, comienzan a ser de interés académico los posibles vínculos entre la comunicación y los procesos de desarrollo social (de Sola, 1966; Lerner, 1958; Rogers 1962, 1976; Schramm, 1964).

Desde esos instantes quedó demostrada la estrecha correlación existente entre el desarrollo nacional y la comunicación social, otorgándole a esta última el rol de inductora e indicadora de cambio social y considerándola como vigía, maestra y formuladora de política. Daniel Lerner (1958), reconocido como uno de los padres de la comunicación para el desarrollo (CpD), propuso que sus funciones en tal proceso se centraban en crear nuevas aspiraciones, apuntalar el crecimiento del nuevo liderazgo para el cambio social, fomentar una mayor participación de los ciudadanos en las actividades de la sociedad y enseñarles “empatía”, la aptitud para ponerse en el pellejo del prójimo. En palabras del catedrático boliviano Luis Ramiro Beltrán, esta noción podía resumirse en: “estar informado de los planes, acciones, logros y limitaciones del esfuerzo pro desarrollo; hacerse partícipe del proceso de toma de decisiones sobre asuntos de interés colectivo; y aprender las destrezas que el desarrollo les demanda dominar” (2005, p.10).

Prima en estos inicios una concepción verticalista de la comunicación, propio del modelo difusionista, donde se le otorga el poder de cambiar actitudes o persuadir en muchos casos a través del empleo de teorías conductistas, en correspondencia con los paradigmas de la modernización y la dependencia característicos de la época y cuyos objetivos fundamentales eran el crecimiento económico y su medida, el Producto Interno Bruto (PIB). La práctica de la CpD con estas bases, encontró apoyo de organismos internacionales y fundaciones privadas que hicieron posible su aplicación en Latinoamérica desde la segunda mitad de la década del 50 y su consolidación en los años posteriores.

Los 70, sin embargo, dejaron clara evidencia de la inoperancia del modelo y de que cualquier índice de desarrollo debía contemplar también la reducción o eliminación de la pobreza, la desigualdad y el desempleo. A las evidencias prácticas del fracaso se sumó desde la comunicación un grupo de voces que cuestionaban su eficiencia para el desarrollo implementado en la región. Destacan en este sentido las críticas realizadas por el propio Beltrán (1976), los aportes del venezolano Antonio Pasquali (1965), del pedagogo brasileño Pablo Freire (1969), a las que se suman las propuestas del paraguayo Juan Díaz Bordenave, el colombino Orlando Fals Borda, el español Francisco Gutiérrez, la argentina María Cristina Mata, el brasileño Joao Bosco Pinto, el uruguayo Mario Kaplún, entre otros que, además, realizan teorizaciones en torno a los conceptos de desarrollo y comunicación para el desarrollo. El debate se fortalece con las potencialidades y marcos jurídicos de cada contexto latinoamericano, el ambiente intelectual propiciado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), a partir de la discusión sobre un Nuevo Orden de la Información y la Comunicación y la emergencia en varios países de las Políticas Nacionales de Comunicación. Todas estas posturas van a tener como eje fundamental a la Teoría de la Dependencia y su denuncia a la desigualdad en el intercambio comercial de bienes y servicios entre la región y Estados Unidos.

Prevalcen como resultado, en Latinoamérica, tres percepciones (Beltrán, 2005, p.10): *la comunicación de desarrollo* como la creación, a partir de la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio considerada como indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material; *la comunicación de apoyo al desarrollo*, entendida como el uso de los medios de comunicación, masivos, interpersonales o mixtos, como factor instrumental para el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en pos del desarrollo económico y social.

Expresión de estas dos primeras perspectivas ganan fuerza en la región la comunicación popular, alternativa, participativa y comunitaria como corrientes que agrupan, impulsan y estudian nuevas experiencias. En los años sucesivos, la voluntad de reconstrucción democrática se vio privada de fondos para materializarse, sin embargo, permaneció la reflexión y la acción de los comunicadores latinoamericanos con apreciables aportes conceptuales y ejercicios de *comunicación alternativa para el desarrollo democrático*, en lo que se constituyó la tercera de las percepciones antes enunciadas, entendida como:

La expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios –masivos, interpersonales y mixtos– para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría. (Beltrán, 2005, p.21)

A inicio de los 90 del pasado siglo, coincidiendo con la visión internacional del desarrollo desde enfoques más cualitativos y holísticos centrados en las aplicaciones de las capacidades humanas, la peruana Rosa María Alfaro (1993), realiza su propuesta de una *comunicación para otro desarrollo* que define como un fenómeno de relación sociocultural y no solo como un recurso tecnológico para producir efectos en el comportamiento humano, a la vez que le otorga validez a la comunicación por lo que es en sí misma, más allá de un complemento de los programas de desarrollo.

Por su parte, los comunicólogos colombianos José Miguel Pereira, Jorge Iván Bonilla y Julio Eduardo Benavides (1998), proponen que la comunicación, sin perjuicio de su función de apoyo a los programas de desarrollo, puede cumplir otros roles como fortalecer la capacidad expresiva de la gente y facilitar los enlaces e intercambios entre individuos y agrupaciones para robustecer el tejido social en su integridad.

En 1997, con base en estas concepciones y junto a algunos de los promotores más relevantes de la CpD, la Fundación Rockefeller comienza a propiciar una nueva definición y orientación: *la comunicación para el cambio social* (CCS), como un paradigma reformulado, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos, “un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas” (1999), que tiene como finalidad acabar con la noción post-colonial y economicista del desarrollo, toma elementos y nociones de los modelos anteriores y cuestiona todo intento que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados ni promueva una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria (Gumucio-Dagron, 2011, p.3).

La CCS se erige como un modelo comunicativo participativo, que se entronca con el enfoque de la multiplicidad o del “otro desarrollo” (Gumucio-Dagron, 2011; Obregón, 2009; Servaes, 2008), reconoce a la comunidad como actriz protagónica de su desarrollo, donde el proceso comunicacional –considerado en sí mismo más importante que los productos concebidos–, es un mecanismo de diálogo horizontal e intercambio participativo que forja comportamientos sociales acordes con los valores y las normas de dicha comunidad. Los actores del desarrollo se convierten a su vez en comunicadores, actores activos de la comunicación en un proceso de crecimiento colectivo que inicia incluso antes que la creación de los mensajes. No se trata solamente, por tanto, de la apropiación que haga la comunidad de los medios, sino de la apropiación que haga del proceso comunicativo donde, más que la información transmitida, va a primar el significado creado, compartido, generado en conjunto, lo que garantiza a su vez la sostenibilidad de los cambios sociales.

En palabras de uno de sus principales estudiosos, el boliviano Alfonso Gumucio (2019, p.57):

El concepto central que define a la comunicación para el cambio social ha sido encapsulado de esta manera: es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos.

Desde este modelo la “otra comunicación” favorece la multiplicidad, la escala pequeña, lo local, la desinstitucionalización, el intercambio de los roles de emisor y receptor y la horizontalidad de los vínculos en todos los niveles de la sociedad (McQuail, 1983, p.97). El espacio local se presenta, por tanto, como el idóneo para la ejecución de estas experiencias y junto a los actores sociales y sus organizaciones, las instituciones, la cultura y el patrimonio histórico-local, se erige como un integrante en sí mismo del desarrollo local (Albuquerque, 2001, p.70).

El desarrollo local se basa entonces en las diferencias y potencialidades de cada localidad y se define por la voluntad y capacidad de los actores locales de intervenir y decidir en el proceso de desarrollo, la valorización de las potencialidades, el ambiente, la cultura, la historia local y la capacidad de interacción activa entre lo local, lo nacional y lo internacional. El investigador cubano Miguel Limia David (2006, p.9-10), precisa que la pieza clave del desarrollo local comunitario es lograr la mejoría de la calidad de vida y el crecimiento personal y colectivo sobre la base de acciones económicas, sociales, políticas y culturales, fundadas en el incremento de la participación popular en los procesos de capacitación y de toma de decisiones transformadoras.

En correspondencia, y a pesar de sus particularidades epistemológicas y geográficas, las diversas iniciativas desarrolladas por los medios en los microespacios que coexisten bajo

disímiles nomenclaturas –medios “populares” (Kaplún, 1984), “autónomos”, “participativos” y “radicales” (Downing 1984, 2001), “comunitarios” (Gumucio-Dagron, 2001), “alternativos” (Atton, 2002), “ciudadanos” (Rodríguez, 2001), entre otros–, suelen definir su objeto como una comunicación orientada al cambio social, tanto por sus contenidos como por sus estructuras organizativas –participativas, democráticas, transparentes–, sin embargo, van a estar diferenciadas por el modelo modernizador –difusionista, mecanicista, de adopción de innovaciones culturales más centrado en el emisor y los medios que en el receptor–, o participativo u orgánico –caracterizado por ser de doble vía, horizontal– que sustente a cada una en función de las características de los contextos particulares de aplicación. En igual medida, van a identificarse con los distintos enfoques del desarrollo: el de la modernización y la dependencia o el de la multiplicidad y el “otro desarrollo”, considerado como el idóneo para aumentar los niveles participativos en los espacios locales y, por tanto, el adecuado para la consecución de la propuesta realizada.

3.2. Cruces teóricos entre desarrollo, comunicación local y participación mediática

Queda claro que entre los objetivos del desarrollo local desde la perspectiva sociocultural, se hallan la ampliación de oportunidades reales de los seres humanos y la garantía de una mejor calidad de vida, crecimiento personal y colectivo. En este proceso la comunicación puede constituirse como un valioso eje transformador, de dinamización, si es asumida como una dimensión constitutiva del desarrollo y una condición básica para lograrlo.

En la concreción efectiva de la relación desarrollo/comunicación local, se erige como elemento vital el empoderamiento ciudadano, comprendido como el acceso de estos a la información de calidad y a medios de comunicación que apuesten por la solidaridad territorial, la cohesión social y el desarrollo, desde los que sea posible canalizar inquietudes, explicitar y abordar públicamente los conflictos, generar confianzas, propiciar críticas, dar a conocer los proyectos existentes motivando la participación y el control sobre los mismos, capacitar para aprender a negociar y que posean un vínculo estrecho con las organizaciones locales. (Herrera, 2015).

Un concepto entonces transversal tanto a la comunicación como a todo proceso de desarrollo, máxime el enfocado al espacio local, es el de participación, término polisémico, intrínsecamente político y objeto de múltiples teorizaciones (Carpentier, 2011, 2015; Carpentier y De Cleen, 2008; Carpentier y Dahlgren, 2011; Deuze, 2006; Jenkins, 2006; Livingstone y Lunt, 1994; Pérez-Latre, Portilla y Sánchez, 2011; Rodríguez, 2016; Jenkins y Carpentier, 2013; Núñez, 1998; Rebellato, 2008, entre otros), que implica la intervención

activa de los actores sociales en el complejo proceso de construcción de su vida individual y social; busca desplegar acciones en la conformación de espacios para la toma de decisiones y la expresión de las capacidades, creatividad individual y colectiva, a pesar de la diversidad y las diferencias.

Para Fals Borda: “La esencia de la participación está en romper voluntariamente, y a través de la experiencia, la relación asimétrica de sumisión y dependencia integrada en el binomio sujeto-objeto” (1991, p.10); Pedro Pontual la define como un elemento sustantivo de un programa democrático y popular “en la medida que significa distribución del poder, o sea, propiciar el poder real de decisión a la población para proponer, fiscalizar y controlar las acciones del Estado” (en Núñez, 1998, p.218); y para Nico Carpentier (2015) la verdadera participación se produce cuando las personas generalmente marginadas tienen voz en el proceso de toma de decisiones sobre temas que afectan sus vidas.

Linares, Mora y Correa (1996, p.1-2), la definen como un proceso activo, de cambio, mutación y apropiación autónoma de la sociedad que lleva implícita un conjunto de procesos políticos, sociales y psicológicos a la vez que, en tanto está protagonizada por los seres humanos, las estructuras y espacios donde se concreta, no se alcanza por convocatoria ni por voluntad de quienes quieren promoverla, sino que nace de la necesidad individual y colectiva a través de la intervención consciente y activa de todos los actores, generalmente como fruto del conflicto, la negociación y la convergencia. En consecuencia, es heterogénea e implica un trasfondo psicológico donde los sujetos toman conciencia del valor de sus acciones y valorizan los actos de sus iguales.

Alcanza distintos niveles y formas de expresión: real y pseudoparticipación (Verba, 1961), real y simbólica (Prado, 1986), parcial y plena (Pateman, 1970), reactiva y sustantiva (Núñez, 1998) o genuina y auténtica (Servaes, 1999). José Luis Rebellato (2000) la divide en tres modalidades: formar parte, tener parte y tomar parte; Daniel Selener (1997) la considera como proceso asistencialista, de cooperación o endógeno, en lo que Carpentier (2011) a partir de la escala de participación de Arnstein (1969), hace referencia a la intensidad de la participación ciudadana en proyectos gubernamentales y considera necesarios la invitación, el acceso y la interacción. Cecilia Linares (1996), plantea que puede realizarse en cinco niveles: el movilizador o de consumo, el de consulta, discusión y/o conciliación, el de delegación y control y por último, el de responsabilidad compartida y co-determinación como el nivel más alto a alcanzar.

Entre mayores sean los grados de involucramiento del ciudadano con los procesos de los que toma parte, mayor será su participación real, sustantiva, plena y su poder de decidir

sobre los cómo, cuándo, por qué, para qué y con quién. Ejercida de este modo cobra especial significación como vía de legitimación y democratización de los procesos de desarrollo y comunicación local y para incentivar la capacidad de autogestión y autocrecimiento desde la solidaridad, la autoestima, el compromiso con el bien colectivo y la corresponsabilidad, lo que garantizará no solo la propia sostenibilidad del proyecto, sino su carácter liberador (Nápoles, 2009, p.94).

A partir de la preponderancia que adquiere en las sociedades contemporáneas el desarrollo y desde un enfoque transdisciplinar, se ha impuesto un nuevo concepto más acorde a los modos de vinculación y gestión de los ciudadanos en los espacios locales, el de participación ciudadana. Una nueva forma de poder político compartido, orientado a la toma de decisiones sobre un contexto geográfico específico (López, 2003, p.9). El espacio local, municipal, comunitario, destaca como el escenario fundamental de desarrollo o actuación, por ser donde se forma la dimensión social y política del ciudadano.

De este modo, la participación ciudadana se refiere específicamente a que los habitantes de las ciudades intervengan en las actividades públicas representando intereses particulares (no individuales), ejerciéndose en primer término en el ámbito de lo cotidiano y en el espacio local, que es donde se da mayor proximidad entre autoridades y ciudadanos (Ziccardi, 2001, p.33), como la clave para transformar el espacio local en público y contribuir a consolidar una gobernabilidad democrática. El nivel de gobierno municipal, como escala menor de desarrollo propicia para el diálogo y la interacción cara a cara, es definido como el escenario privilegiado para implementar experiencias de participación ciudadana; el nivel donde la gente se siente más competente y con más posibilidades de vincularse inmediatamente, donde la proximidad de los temas provoca mayor disposición a implicarse e intervenir, convirtiéndose en un generador de cambio político.

3.2.1. Participación mediática

¿Qué tipo de participación puede estimularse para promover el desarrollo desde los medios locales? Desde 1986, Emili Prado apuntaba a la participación como máxima garantía del pluralismo dentro de un medio, a partir de la posibilidad de que los actores sociales intervinieran en la producción y pudiesen convertirse en autores de sus propios discursos, sin embargo, resaltaba:

esta participación solo es real cuando va acompañada de la posibilidad de decidir sobre duración de esos programas, sus fórmulas de gestión, su situación en la parrilla de programación y esencialmente cuando se dispone de los mismos medios de realización

que los profesionales, de lo contrario nos encontramos ante la parodia de la participación simbólica (p.180).

El catedrático peruano Mario Gutiérrez (1998) coincide en la importancia de la participación para el logro del protagonismo popular de sujetos, movimientos y organizaciones, en un concepto más democrático de la intervención ciudadana, a la vez que reafirma que el ciudadano puede actuar en un medio comunitario desde varios niveles en dependencia de las intenciones perseguidas y la voluntad de alcanzar mayores grados de implicación con los proyectos locales: como sujeto decisorio de la programación-representación, (participe en todo el proceso de gestión, a través del cual se apropia del instrumento de comunicación para garantizar la sostenibilidad y permanencia en el tiempo); como productor de la narración-expresión (a partir de la capacidad de integrar a la comunidad, a modo de portavoz de su expresión cultural y política) y como principal asunto de la significación-sentido (el ciudadano, sus acciones y problemas se convierten en protagonistas y temas de las producciones).

Para la brasileña Cecilia M. Kronhling Peruzzo

La participación de las personas puede tanto concretizarse sólo en su papel de oyentes, lectores o espectadores, como significar y tomar parte de los procesos de producción, planificación y gestión de comunicación. Los niveles más avanzados postulan la permeabilidad de criterios de representatividad y de corresponsabilidad, ya que se trata de un ejercicio de poder y forma democrática o compartida (2004, p.59).

Esta autora, tomando como base los posibles “niveles de involucramiento” que permiten captar la inserción de las personas en los medios de comunicación comunitaria, y con una clara referencia a los estudios latinoamericanos precedentes, define momentos en los que puede darse la participación (2004, p.2):

- *en los mensajes* (nivel más elemental, la persona ofrece una entrevista, pide música, etc.),
- *en la producción de mensajes, materiales y programas* (elaboración y edición de los contenidos que serán transmitidos),
- *en la planificación* (compromiso de las personas en el establecimiento de la política de los medios, elaboración de los planes de formatos de vehículos y de programas y de los objetivos y principios de gestión),
- *en la gestión* (participación en el proceso de administración y control de un medio).

En su relación con los medios y a partir de las modificaciones en los ecosistemas comunicacionales, Ignacio Bergillos (2015, p.51) afirma que el concepto participación ha

adquirido dos significados principales: la garantía democrática de pluralidad de los medios, amparada por el derecho de acceso y la libertad de expresión –por el cual apostamos en nuestro trabajo–, y como elemento estratégico de cadenas para captar y fidelizar audiencias, obtener ingresos directos o conseguir una expansión a nuevas plataformas. Estos se vinculan estrechamente con las nociones de participación *a través de* los medios (oportunidades para la participación) y participación *en* los medios (como la capacidad de los ciudadanos de tomar decisiones sobre los contenidos mediáticos y su producción o sobre las decisiones estratégicas estructurales de un medio). (Carpentier, Dahlgren y Pascuali, 2013, p.288)

Las propuestas y definiciones expuestas son necesarias para comprender y evaluar los procesos de interacción entre ciudadanos y sistemas comunicativos, a la vez que cobran especial interés en el análisis de las potencialidades de los medios para contribuir al desarrollo de los espacios locales. Mientras más estrechos sean los vínculos ciudadano/medio - medio/ciudadano, mayor y más efectiva podrán ser la participación y la posibilidad de convertirse en actores de los procesos de cambio social.

4. Presentación de resultados

Partimos de la certeza de que la participación es un elemento fundamental y transversal en la construcción de un medio para el desarrollo local, al que debe prestársele, intencionadamente, especial atención. Nuestra propuesta la concibe como un proceso integral, “base constante e imprescindible con potencialidades transformadoras y elemento unificador que requiere de voluntad, disposición, motivación, confrontación, construcción conjunta de argumentos e ideas y valoración crítica del desempeño lo que permite la toma de conciencia de las fortalezas y debilidades” (Herrera, 2015).

Desde el medio de comunicación se hace necesario propiciar, para ello, una participación ciudadana que transite hacia la concreción plena, sustantiva, donde el público pueda ser sujeto activo con capacidad de incursionar por todas las fases del proceso comunicativo. En correspondencia, debe transitarse de un modelo vertical a uno horizontal, donde el receptor/consumidor sea también el emisor/productor (PROSUMER) de los procesos comunicativos, lo que se presenta como una de las rupturas fundamentales con relación al modelo tradicional.

Como resultado de la interacción empírico-teórica (Berrigan, 1981; Krohling, 2004; Angulo y Zabaleta, 2008; Gumucio-Dagrón, 2011; Herrera, 2015), proponemos entender a la

participación mediática a partir de varios componentes que, si bien están enunciados a partir una propuesta destinada a la televisión local, son perfectamente aplicables a cualquier medio en el espacio local de comunicación:

- **el Acceso**, que presupone la existencia de mecanismos para que la ciudadanía pueda acercarse más a la televisión,
 - 1º, mediante la posibilidad de contar con una transmisión cercana, próxima;
 - 2º, sobre la base del derecho a elegir, o sea, la opción de ver aquellos materiales que le interese y desee, a partir de tener la posibilidad de que sean transmitidos los productos comunicativos que solicite mediante mecanismos habilitados para ello (llamadas, mensajes, cartas, correo, solicitud directa en el canal...);
 - 3º, sobre la base de poder participar en la concepción, definición de contenido y creación de las propuestas audiovisuales y
 - 4º, a partir del derecho a formular comentarios, sugerencias y críticas, lo que presupone una interacción permanente, sistemática y fecunda entre el medio y la localidad, representada por sus actores locales (individuales e institucionales).
- **la Intervención activa en:**
 - la Producción local* (creación de oportunidades para que la ciudadanía –grupos o individuos– produzca ofertas audiovisuales propias). Se concibe a partir de:
 - a) facilitar la capacitación u orientación necesaria;
 - b) poner a disposición de la localidad recursos productivos y
 - c) televisar propuestas realizadas por la localidad tanto con recurso profesionales como a partir del empleo de los nuevos dispositivos tecnológicos –celulares, tablets, cámaras fotográficas o de video no profesionales– y propiciar el desarrollo de las nuevas narrativas audiovisuales.
 - la Planificación y adopción de decisiones* desde la intervención del público, que se concreta en:
 - a) la concepción, planificación, producción, evaluación y seguimiento de los procesos comunicativos (conformación de agendas, parrillas, contenidos, tratamiento y balance temático, duración de los programas, su momento de presentación, evaluación, etc.) y
 - b) la formulación de los planes y políticas comunicacionales y la utilización de los medios de comunicación con fines de servicio público.
- **la apropiación del proceso y los contenidos comunicacionales**, entendida como el compromiso de los actores y sujetos del cambio, en el establecimiento de la

política de los medios en la elaboración de planes, programas, objetivos y principios de gestión, etc. (Krohling, 2004, p.2) que garantice la sostenibilidad del proyecto, donde prime el significado generado y compartido en conjunto y el compromiso de las personas;

- **la autogestión**, como la intervención del público en la gestión de la televisión local, como “forma avanzada de participación que supone la oportunidad y capacidad de la comunidad de gestionar recursos de todo tipo, como económicos y tecnológicos” (Angulo y Zabaleta, 2008).
- **la formación**, comprendida en las acciones de asesoría, capacitación y formación, necesarias para que la ciudadanía cuente con las capacidades básicas para desempeñarse en la gestión de los procesos comunicativos que se generen, tanto en la construcción de agendas públicas, como en la producción de contenidos, posterior control y proyecciones.

Es importante recalcar que en estos procesos, con base en la voluntariedad, la participación no es algo que se imponga. Siempre habrá quien no quiera o no necesite intervenir, no obstante, es fundamental la existencia de oportunidades para que cada actor pueda participar en los niveles señalados, en correspondencia con sus necesidades o habilidades.

5. Conclusiones

Para que la teoría expuesta no sea solo una provocación a la reflexión sino una incitación a la práctica, concluimos con una propuesta de algunas acciones que podrían implementarse en el tránsito de un medio tradicional a uno con vocación participativa e intención de incidir en el desarrollo local, con base en la comunicación para el desarrollo¹. En este caso, ponemos a consideración del lector elementos de la ruta resultante de nuestra investigación que se concentra fundamentalmente en acciones comunicativas, a las que se le suman otras de las modalidades de culturales, educativas y de capacitación; sin desconocer lo polifacético que puede ser el abordaje y el acercamiento a los vínculos ciudadanía- medios de comunicación². En todo caso es imprescindible partir de un

¹ El contexto caracterizado por la pandemia de la Covid-19 supone limitaciones e interfiere en la implementación de algunos de los elementos de la propuesta, pero a la vez constituye un reto en la generación creativa de otras acciones y el reforzamiento de las planteadas.

² Para tener más detalles, consultar la investigación doctoral de la autora así como el referido artículo, que posee una sistematización de la implementación en dos municipios cubanos.

diagnóstico local y estudios sistemáticos que permitan identificar los temas generales y problemas concretos que ocupan a la comunidad.

Entre las acciones comunicativas encontramos:

- Concebir mecanismos para informar a la población en general y a los actores fundamentales del desarrollo local, en particular, de las potencialidades del medio, su vocación participativa, objetivos, aportes al municipio y las acciones que se emprenderán con tales propósitos, con la finalidad de motivar la incorporación a la experiencia.
- Fortalecer los mecanismos establecidos y la concepción de procesos productivos en los que se pueda integrar a los pobladores de la comunidad en todas sus fases (intervención directa de la población en la programación, desde su concepción, construcción de agendas, gestión, proceso de realización/producción de contenidos, control ciudadanos de sus resultados y proyecciones, a partir de la convocatoria popular, el incentivo del desarrollo de las nuevas narrativas audiovisuales).
- Convocar a concursos populares para que los ciudadanos ofrezcan propuestas, proyectos, líneas de acción y otras iniciativas sobre las que se pueda basar el trabajo del medio.
- Establecer vías para el contacto directo de las audiencias con el canal y hacerlas de conocimiento público.
- Realizar Foros Debate a través de proyecciones audiovisuales realizados o no por el canal, en plazas públicas, escuelas, centros de trabajo, etc.
- Ejecutar audiencias públicas a través de Asambleas Populares.
- Crear Consejos Permanentes, comités, consejos de audiencias, u otros mecanismos de veeduría y control, integrados por representantes de organizaciones locales³, casas de cultura, ciudadanía, etc., con los cuales se sostendrán encuentros sistemáticos.
- Fortalecer el vínculo estrecho con actores del desarrollo local como fuentes de información.
- Asegurar, de conjunto con instancias gubernamentales y de masas municipales, las vías posibles para el conocimiento, atención y seguimiento de los problemas planteados.

³ En el caso cubano puede incluirse al Poder Popular municipal, los Comités de Defensa de la Revolución (CDR), organización barrial que agrupa a la gran mayoría de los habitantes del país mayores de edad.

- Establecer la figura de Defensor de las Audiencias⁴.
- (Re) definir la agenda mediática del canal en función del desarrollo local. A partir de determinar los temas que más interesan al público local y aquellos en correspondencia con el desarrollo del municipio. Tener en cuenta la existencia o no de planes de desarrollo, actores fundamentales, recursos económicos locales, etc.
- Concebir programas, cápsulas audiovisuales, etc. que contribuyan a preservar lo autóctono, los hábitos y costumbres del lugar.
- Impulsar la creación de vías alternativas de producción para diversificar y enriquecer temática y visualmente su oferta comunicativa realizada o bien por el propio canal; por contrato, encargo o coproducción con realizadores independientes o cooperativas audiovisuales, o bien por la comunidad u otros actores locales a los que se les otorgue facilidades productivas después de una capacitación previa.
- Crear espacios en la programación para el periodismo ciudadano y las historias locales narradas por los actores locales u otros en los que la gente pueda interactuar en vivo mediante correo o mensajes de texto, más allá de las llamadas telefónicas (aun cuando esto pueda perpetuar esquemas reactivos).
- Crear una Videoteca Portátil, con programas representativos del canal o compendios de trabajos resultantes de las diferentes acciones comunicativas, culturales y educativas, destinada a la población que no recibe la señal de la televisión local y está representada en ella. Esta podría tener una versión digital que pueda ser distribuida en variados soportes.
- Concebir una plataforma digital que permita la presencia del medio en internet o en soportes móviles y contribuya a la socialización y posible difusión global de las producciones audiovisuales realizadas tanto por el medio como por los pobladores, en un balance de calidad y contenidos y desde la que se pueda tener acceso a las producciones en cualquier momento. Esta además puede servir como espacio de interacción constante y expedita con la ciudadanía y otros proyectos, así como la convergencia con redes u organizaciones con fines similares, del cual pueden emerger temas, enfoques y fuentes, sirva de vía de continuidad a los tópicos abordados y garantice el contacto con la población.

⁴ Órgano unipersonal que vela por el correcto funcionamiento deontológico de un medio de comunicación.

- Concebir vías alternativas de autofinanciamiento del canal, en función de concebir al medio como un centro capaz de realizar prestación de servicios (comunicativos, de asesoramiento o capacitación).

Se propone establecer acciones culturales, de educación y capacitación en función de las necesidades identificadas y de la sensibilización requerida, concebidas para generar igualdad de posibilidades a los distintos actores locales de intervenir en los procesos comunicativos y de transformación social. Están fundamentalmente dirigidas a trabajadores del medio, relacionados con la producción informativa, a funcionarios de instituciones vinculadas con él, a miembros de la localidad, a otros actores del desarrollo local y ciudadanos de forma general interesados en convertirse en agentes de cambio, a partir de cursos o talleres en los que se refuerce el carácter práctico, en correspondencia con las necesidades y potencialidades, a partir de los referentes con los que cuente la localidad y trabajos previos con estrategias o planes de desarrollo. Se sugiere, entre otros temas, abordar los fundamentos teóricos, prácticos y metodológicos del lenguaje audiovisual, la televisión participativa, la participación ciudadana en el proceso productivo de la televisión local y la televisión local para el desarrollo municipal.

- *Implementar cursos o talleres* para el adiestramiento de trabajadores de los canales locales, población del territorio, directivos, Defensor de Audiencias y otros actores del desarrollo local en temas de comunicación para el desarrollo, participación, medios locales, lenguaje audiovisual, potencialidades de la televisión de incidir en el desarrollo local, etc.
- *Crear círculos de interés* en escuelas, casas de cultura, círculos de abuelos, etc., donde se potencien y rescaten las tradiciones culturales haciendo uso del medio audiovisual.
- *Acompañar y socializar la vida cultural del municipio*⁵ a través del medio o de la realización de productos comunicativos audiovisuales que rescaten la memoria histórica del territorio y contribuya a su difusión y perpetuación. Documentar las prácticas culturales tradicionales.

⁵ Comprendiendo a la *cultura* en su acepción más amplia, desde las *bellas artes* hasta, por ejemplo y en el caso cubano, una innovación creada por la Asociación Nacional de Innovadores y racionalizadores (ANIR) como respuesta a una necesidad territorial.

- *Hacer uso de la telefonía móvil* y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como vía de convocatoria, sondeo de opinión pública, cartelera, entre otras funciones que se le pueden conceder en el espacio próximo.
- *Establecer vínculos del medio con talleres, casas de cultura, escuelas, etc.*
- *Crear espacios formales e informales de socialización de experiencias, de transmisión de tradiciones populares,* en dependencia de las potencialidades de cada región.

Estas acciones, al haber sido implementadas con anterioridad en contextos diferentes y si bien están muy alejadas de ser una receta a seguir, constituyen una guía efectiva en el intento por hacer de nuestros medios locales espacios participativos que generen cambio social. El hecho de contar con la voluntad y la tecnología imprescindible, identificar las necesidades e intereses colectivos, poner a dialogar a los diferentes actores locales y crear alianzas estratégicas entre ellos en el intento por generar las condiciones adecuadas, propicia en sí mismo participación, genera cambios, ofrece oportunidades a la comunidad antes inexistentes, saca a la luz las habilidades y talentos y motiva a la construcción colectiva en un proceso que, indudablemente, beneficia, transforma y hace crecer a todos. Reafirmamos la importancia del vínculo estrecho entre la ciudadanía y el medio de comunicación o proyecto de desarrollo local; entre mayores sean estas relaciones, mayores y más efectiva podrán ser también la participación y la posibilidad de que la comunidad se convierta en actriz de los procesos de cambio social. La comunicación para el desarrollo y el cambio social requieren de una comunidad organizada y apta para participar, con conciencia de los alcances de los procesos a llevar impulsar y dispuesta a transitar por cada una de sus fases.

6. Bibliografía

- Albuquerque, F. (2001). *Desarrollo económico local y cooperación descentralizada para el desarrollo: Desarrollar lo local para una globalización alternativa*. San Sebastián: HEGOA, Euskal Fundazioa.
- Alfaro, R. M. (1990, noviembre). Del NOMIC a las democratizaciones nacionales. *Documentos del Encuentro "El NOMIC" Cara al Año 2000*, (pp. 26-28). Lima: IPAL.
- Alfaro, R. M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales "Calandria".
- Alfaro, R. M. (2004). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. *Estudios Venezolanos de Comunicación: Revista del Centro Gumilla (Venezuela) no. 126*, 12 – 19. Segundo trimestre.
- Angulo, L. y Iñaki, U. (2008). *Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana*. Recuperado de <http://www.aeic.org/malaga2010/upload/ok/183.pdf>
- Atton, Ch. (2002). *Alternative Media*. London: Sage.
- Beltrán, L. R. (1976). Políticas nacionales de comunicación en América Latina: los primeros pasos. *Revista Nueva Sociedad (Venezuela) No. 25*, pp. 4-34. Julio-agosto.
- Beltrán, L. R. (1993). *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Recuperado de www.comunit.com/es/node/150404
- Beltrán, L. R. (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación. Panel 3: Problemática de la Comunicación para el Desarrollo en el contexto de la Sociedad de la Información. Julio 12-16, 2005, Buenos Aires.
- Bergillos, I. (2015). *Participación de la audiencia y televisión en la era digital*. Tesis para optar por el Grado de Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Berrigan, F.J. (1981). *La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. UNESCO.
- Bosco, J. (1972). Subdesarrollo, medios de comunicación de masas y educación. *En: Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA*. Curso Regional Andino sobre Educación Campesina Extraescolar, Bogota, Colombia, marzo 6-abril 4.

- Carpentier, N. y De Cleen, B. (2008). *Participation and Media Production: Critical Reflections on Content Creation*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Carpentier, N (2011) *Media and Participation. A site of ideological democratic struggle*. Bristol and Chicago: Intelect.
- Carpentier, N; Dahlgren, P. (2011). Introduction: Interrogating audiences. *Theoretical horizons of participation*". *Communication Management Quarterly*, 21, 7-12.
- Carpentier, N. (2015). Differentiating between access, interaction and participation, *Conjunctions*, 2(2): 7-28.
- Drake-Tapia, B. y Herrera-Barreda, D. (2018). Televisión local y desarrollo cultural: Coordinadas para estudiar la relación. *Alcance. Revista Cubana de Información y Comunicación*, 7 (15), 67-81.
- Downing, J. (1984). *Radical media: the political experience of alternative communication*. Boston: South End Press.
- Downing, J. (2001). *Radical Media: rebellious communication and social movements*. California: Thousand Oaks.
- Fals Borda, O. (1991). *Acción y conocimiento. Cómo romper el monopolio con investigación-acción –participativa*. Santa Fe de Bogotá: Edit. Cinep.
- Freire, P. (1969). *La educación como práctica de la libertad*. Santiago de Chile: Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria.
- Fundación Rockefeller (1999). *Comunicación para el cambio social*. New York: Fundación Rockefeller.
- Guillen, A., K. Sáenz, M.H. Badii y J. Castillo. (2009). Origen, espacio y niveles de participación ciudadana. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 4(1), 179-193.
- Gumucio-Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento* 58, 26-39.
- Gutiérrez, Mario (1998). *La democracia en la Media*. Recuperado de: <http://compositEstadosUnidosgam.ca/vidaez/docs/magues.html>
- Kaplún, M. (1983). *La comunicación popular: ¿alternativa válida?* Chasqui, 7.
- Kaplún, M. (1984). *El comunicador popular*. Ecuador: CIESPAL.
- Herrera-Barreda, D. (2015) *Televisión y desarrollo. Propuesta de modelo de televisión para el desarrollo local en los municipios cubanos*. Tesis para optar por el Grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana. Cuba.

- Herrera-Barreda, D. (2018). La validación de las investigaciones cualitativas en ciencias sociales. El caso de la propuesta de modelo de televisión local para el desarrollo municipal en Cuba. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*. 8 (16), 65-84.
- Herrera-Barreda, D., Valdés, Y. y Diez, J. (2018). Telebarrio. La historia de cómo y por qué se puede generar desarrollo local desde la televisión de los municipios cubanos. En Caldevilla, D. (Coord.) *Perfiles actuales en la información y en los informadores. Colección Ediciones Universitarias*. (pp. 105-118). Madrid: Editorial TECNOS.
- Herrera-Barreda, D., Valdés, Y. y Diez, J. (2019). Desarrollo local participativo desde la televisión municipal en Cuba. *Quaderns d'Animació i Educació Social*. 30. Disponible en:
http://quadernsanimacio.net/index_html_files/Desarrollo%20local%20participativo.pdf
- Jenkins, H. y N. Carpentier (2013). Theorizing participatory intensities: A conversation about participation and politics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19(3), 265-286.
<https://doi.org/10.1177/1354856513482090>
- Krohling, C. M. (2004). Televisión Comunitaria en Brasil: Antecedentes y participación popular en la gestión y en la programación. *Revista Redes.com*. 3, 347-367.
- Lerner, D. (1958). *The passing of traditional society*. Glencoe, Illinois: Free Press.
- Lerner, D. and Schramm, W. Eds. (1967). *Communication and change in the developing countries*. Honolulu, Hawaii: East-West Center Press, University of Hawaii.
- Limia, M. (2006). Prólogo. En Guzón, A. (Comp). *Desarrollo Local en Cuba. Retos y Perspectivas* La Habana: Editorial Academia, 9-15p.
- Linares, C., Mora, P.E y Correa, S. (1996). *La Participación: ¿Solución o problema?* La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana “Juan Marinello”.
- López, M.R. (2003). Espacio local y Educación ambiental para el desarrollo sostenible. *Ponencia presentada en el I Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS +I. Palacio de Minería del 19 al 23 de junio de 2003. MESA 16. Recuperado de www.oei.es/memoriasctsi/mesa16/m16p09.pdf*
- Mata, M. C. (2004). *Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación*. En: *The Communication Initiative Network*.
- Mata, M. C. (1991). *Comunicación y cultura masivas: algunas pistas para la reflexión*. Córdoba: ALER.

- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publications.
- Nápoles, E. (2009). Cómo, con quién y para quién. Dilemas de la participación para el desarrollo. En *Portal, R. et al. (2009). Comunicación para el Desarrollo. Selección de Lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Núñez, C. (1998). Para sentirse y ser parte. En: *La revolución ética*, México: IMDEC, A.C., 217-224p.
- Obregón, R. (2009). *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Recuperado de www.portalcomunicacion.com/eps/n_aab_lec_pdf.asp?id_llico=49
- Pasquali, A. (21 de noviembre de 1995). *Comunicación ¿para cuál desarrollo?* Documento presentado en el Festival de Radioapasionados y Televisiónarios de América Latina y el Caribe. Quito: CIESPAL. 23 p.
- Pereira G., J.M., Bonilla V., J. I. & Benavides C., J. E. (1998). La comunicación en contextos de desarrollo: balances y perspectivas. *Signo y Pensamiento: Revista del Departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana. Colombia: 17 (32)*, 119-138.
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the mediascape: an international study of citizens' media*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.
- Rogers, E. M. (1976). *Communication and development: The passing of the dominant paradigm*. In: Rogers, E., ed.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.
- Selener, D. (1997). *Participatory action research and social change*. NY; Cornell University. Participatory Action Research Network.
- Servaes, J. (1999). *Communication for development. One world, multiple cultures*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Servaes, J. (2008). *Communication for Development and Social Change*. Unesco.
- Schramm, W. (1964). *Mass media and national Development: the Role of Information in Developing Countries*. California, Stanford University Press: Unesco.
- Valdés, Y., Diez, J., Herrera-Barreda, D. (2019). San Cristóbal en pantalla propia. Implementación del Modelo de Televisión Local para el desarrollo territorial en San Cristóbal, Artemisa. *Alcance Revista Cubana de Información y Comunicación. Dossier monográfico 8 (20)*, 52-63.
- Ziccardi, A. (1997). *Metodología de Evaluación del Desempeño de los gobiernos locales en ciudades mexicanas*. México: IISUNAM.