

Relaciones internacionales de cooperación: cultura y comunicación para el desarrollo

María José Pérez del Pozo*

En el estudio de la disciplina de las Relaciones Internacionales, la consideración de la cultura como componente fundamental de identidad, proyección e influencia es un factor esencial que enriquece la contemplación del mundo internacional, tradicionalmente sometida a la hegemonía de los asuntos político-militares y económicos. Los medios de comunicación, en general, desempeñan un papel extraordinario como receptores y transmisores de elementos culturales que trascienden el reduccionismo y la fugacidad de la mera información, y superan a través de la tecnología las limitaciones espacio-temporales que afectan al desarrollo político-económico de las sociedades. Los medios nos presentan una visión del mundo que recibimos y asimilamos filtrada por nuestras creencias y conocimientos; por tanto, son la representación de la realidad —o los percibimos como tal— y configuran nuestro mundo real y cultural a través de sus componentes simbólicos.

Parece lógico, por tanto, que las instituciones internacionales concedan a la comunicación un papel activo y dinámico en los procesos de cambio, tanto sociocultural como político y económico. En este sentido, desde los años sesenta, y dentro del marco de las conferencias regionales, la UNESCO ha puesto en marcha programas en los que vincula la comunicación con la activación y la consolidación de procesos democráticos, con la promoción de la mujer como agente de cambio social, con el desarrollo rural en regiones atrasadas, etc. Dentro de este contexto se inscriben los medios de comunicación dedicados al desarrollo.

Desde una perspectiva integral, todas esas funciones atribuidas a la comunicación forman parte de la consideración de la misma como agente de desarrollo, tanto en lo que se refiere a la potenciación de intercambio de información entre individuos o grupos sociales, como en lo que se refiere a los con-

* Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, España. Profesora de Relaciones Internacionales en la Facultad de Ciencias de la Información de dicha universidad.

tenidos, con una intencionalidad claramente diferenciada de los medios tradicionales sometidos a los dictados de la actualidad informativa.

El catálogo de medios de comunicación dedicados al desarrollo —en su concepción más amplia— es una obra abierta de manera permanente, en especial en los últimos 10 años, en los que ha habido una extraordinaria proliferación de nuevos medios vinculados a la aplicación de nuevas tecnologías en los procesos informativos que permiten un abaratamiento considerable de los costes de transmisión, la posibilidad de multiplicar de forma exponencial el número de receptores o clientes con quienes interactuar y la creación de redes de conexión entre sistemas y medios hasta ahora dispersos.

Las agencias o direcciones generales para el desarrollo internacional siguen criterios muy particulares a la hora de apoyar iniciativas de comunicación: desde las que orientan su labor en la creación de prensa y emisoras de radio rurales hasta las que prefieren especializarse en asesoramiento y asistencia técnica; algunas instituciones encargan la ejecución de los proyectos a Organizaciones No Gubernamentales (ONG), mientras que otras trabajan con los gobiernos locales; hay agencias que promueven cambios legislativos en relación con el reconocimiento de la libertad de prensa en países en desarrollo, mientras que otras desempeñan su función para el fortalecimiento de las asociaciones y organizaciones profesionales locales. En general, todas comparten la búsqueda de contenidos que favorezcan los procesos de democratización política y social de los países destinatarios y el papel activo que los medios pueden desempeñar en la resolución pacífica de conflictos.

Podemos establecer algunas etapas en el estudio de los medios de comunicación especializados en temas de desarrollo:

- 1) Desde mediados de los años sesenta hasta mediados de los años ochenta se desarrolla una primera fase, caracterizada por la aparición de medios de comunicación, en particular de agencias de información, tanto en los países del Sur como en países europeos vinculados a los Estados, la Iglesia católica o a partidos políticos de amplio apoyo social y electoral. Fueron los años de mayor agitación e instrumentalización política de los medios que podrían considerarse alternativos. En general, las iniciativas que se desarrollan en este periodo pretenden ser la aplicación práctica de los planteamientos teóricos defendidos por la corriente del imperialismo cultural, inspirada en la Teoría de la Dependencia, a cuyo análisis económico incorpora ciertos elementos culturales y, entre ellos, los procesos comunicativos. Algunos de los medios creados en este periodo, como la agencia de noticias *Inter Press Service* (IPS), que nació vinculada a la democracia cristiana de Italia, adquirieron cierto liderazgo en otras áreas geográficas, como América Latina, gracias a su posición ventajosa de partida tanto en profesionales como en recursos

tecnológicos, lo que le permitió crear todo un sistema de comunicación que abarca contenidos muy diversos —vinculados al desarrollo— y funciones relacionadas con las telecomunicaciones, la formación y capacitación de profesionales, etc. Ese liderazgo ha conducido a los medios pioneros a patrocinar y tutelar la aparición de otros, provocando un cierto efecto multiplicador.

Desde el punto de vista de los contenidos, los medios que surgieron en este periodo eran deudores de unos Estados tutores que los crearon como instrumento de sus batallas políticas; por lo tanto, existía un desmedido protagonismo de la información política, actuando como correa de transmisión del propio contexto internacional de la época, hasta el punto de que a veces la información y las reivindicaciones económicas de las que hacían eco los medios eran armas arrojadas entre Estados, con un nulo protagonismo de sus sociedades.

En general, y salvo honrosas excepciones, como el ejemplo que hemos mencionado del *IPS*, la mayor parte de los medios surgidos en este periodo terminaron sucumbiendo a una retórica estatalizadora que aplastó los esfuerzos y las esperanzas que avivaron su nacimiento. Es el caso, por ejemplo, del *pool* de agencias de los países no alineados, creado a principios de los años setenta con el objetivo de presentar información real y veraz —frente a la distorsión que ofrecían los medios occidentales— de la situación de ese amplio grupo de países; otros ejemplos similares fueron las agencias Acción de Sistemas Informativos Nacionales (*ASIN*) y Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (*ALASEI*), creadas con la colaboración de *IPS* y el estímulo inicial de los gobiernos centroamericanos. Lo mismo podemos decir respecto de la agencia *PANA* (*Pan.African News Agency*), que surgió a principios de los años ochenta con el apoyo económico de la *UNESCO*, y que buscaba una vinculación política con la Organización para la Unidad Africana con el propósito (hoy lejano) de ser la voz de África en el mundo.

Al analizar estos ejemplos contemplamos que la mayor parte de ellos tenía una voluntad continental en sus objetivos y en sus relaciones informativas. Estas aparentes macrosoluciones parecían responder a una macroconcepción y a una amplia consideración del papel de los medios en todas las facetas del desarrollo, concediendo un excesivo optimismo a la capacidad para provocar un cambio positivo a través de un único agente: el Estado.¹

¹ Hay que hacer explícito que el fracaso de algunos de estos medios se ha debido, en primer lugar, a su falta de credibilidad para los medios de comunicación internacionales, al estar absolutamente mediatizados por regímenes ausentes de carácter democrático y, en segundo lugar, a la falta de coherencia de esos Estados que, tras proporcionar el primer aliento a estas iniciativas, decidían abandonar sus responsabilidades económicas para con ellas, pero no su poder político.

Un caso original y precursor de las iniciativas que se desarrollaron a partir de mediados de los años ochenta es el de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), constituido a principios de los años setenta por una asociación de instituciones de inspiración católica que contaba con emisoras de radio dedicadas a la actividad catequista y que trabajaba en comunicación educativa para el desarrollo.² El éxito de ERBOL se basó en la utilización del medio más accesible —además de barato y directo— en las áreas pobres de los núcleos urbanos y rurales. Trabaja a nivel local en los distintos departamentos del país, transmitiendo programas de educación,³ cultura, alfabetización, organización comunitaria, etc., dirigidos en particular a población rural y suburbana.

2) Podríamos diferenciar una segunda etapa, que va desde mediados de los años ochenta hasta mediados de los años noventa, caracterizada por la proliferación en los países desarrollados de institutos y centros, constituidos a veces como ONG, que tienen un papel muy activo en la creación y ampliación de estructuras de medios de comunicación en países del Sur y que conciben tanto el acceso a la información como el contenido de ésta como una forma de desarrollo.

Entre otros ejemplos podemos citar al Instituto Panos, creado en Londres en 1986, que ha desarrollado una red de oficinas regionales en África y en Asia con una “misión global”.⁴ La cooperación oficial francesa creó en 1988 *Syfia International*, un servicio de noticias para radio y prensa francófona sobre África. Aunque en principio su servicio estaba especializado en información agrícola, en la actualidad proporciona información a la prensa y a las emisoras de radio africanas sobre temas como la migración, el Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA), las sectas, los jefes tradicionales de las tribus, etc.⁵

En esta etapa hubo una mayor diversificación de medios, de forma que no sólo las agencias aparecidas en la etapa anterior crearon nuevos servicios para radio y televisión, sino que proliferaron emisoras de radio y medios escritos —la televisión se mantuvo en muchos países en desarrollo como un monopolio del Estado— que abordaban numerosos aspectos vinculados al desarrollo. Gran parte de este aumento y variedad de medios de comunicación en los países del Sur se

² En 1972 se creó la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), que agrupó en sus inicios a las Escuelas Radiofónicas de América Latina. Hoy forman parte de ella instituciones y emisoras de radio vinculadas a la comunicación popular y facilita, a través de su satélite, la transmisión continental de ciertas emisiones.

³ Bolivia cuenta con uno de los niveles más elevados de analfabetismo en América Latina; de ahí la finalidad educativa y cultural de ERBOL.

⁴ Actualmente Panos dirige también el servicio de noticias Gemini, creado en Londres a finales de los años sesenta, que proporciona artículos, mapas, cuadros, etc., de temas y países generalmente ignorados por los medios tradicionales. Véase <http://www.panos.org.uk>.

⁵ Véase <http://www.syfia.com/>.

debió al impulso de la cooperación internacional, tanto la gubernamental como la desarrollada a través de ONG.

Las agencias o direcciones generales para el desarrollo internacional siguieron en esta etapa criterios muy particulares a la hora de apoyar iniciativas de comunicación: desde las que orientaban su labor a la creación de prensa y emisoras de radio rurales hasta las que preferían especializarse en asesoramiento y asistencia técnica; algunas instituciones encargaban la ejecución de los proyectos a ONG del país, mientras que otras trabajaban con los gobiernos locales; había agencias que promovían cambios legislativos en relación con el reconocimiento de la libertad de prensa en países en desarrollo, mientras que otras desempeñaban su función en el fortalecimiento de las asociaciones y organizaciones profesionales locales. En general, todas compartían la búsqueda de contenidos que favorecieran los procesos de democratización política y social de los países destinatarios y el papel activo que los medios podían desempeñar en la resolución pacífica de conflictos.

Sin pretender establecer una lista exhaustiva, entre las instituciones públicas más activas podemos citar las siguientes:⁶

- a) la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional (ACDI/CIDA) apoya de manera específica proyectos de consolidación de la libertad de prensa en países en desarrollo. Uno de sus programas más representativos es "Democracia y medios", dirigido a cuatro países del África del Oeste y puesto en marcha de manera conjunta con la Universidad de Montreal;
- b) Ayuda Internacional al Desarrollo (DANIDA) de Dinamarca ponía especial acento en la lucha contra la pobreza y apoyaba la creación de prensa libre en los procesos de democratización. Alguno de sus proyectos eran ejecutados por el Instituto Panos-París. En 1993 creó el Centro de Periodismo Nordic-SADC en Maputo;
- c) el Departamento de Cooperación para el Desarrollo de Finlandia (FINNIDA) concedía especial importancia a los proyectos de formación profesional. Prestaba ayuda económica tanto a la agencia IPS como al Instituto Panos;
- d) la Agencia de Cooperación Técnica de Alemania (GTZ) era una de las más importantes organizaciones de asesoramiento y asistencia técnica para la cooperación al desarrollo en el mundo. Estaba presente en Oriente Medio y Próximo, toda África, Asia, América Latina y Europa Central y Oriental, prestando asistencia técnica y profesional;
- e) la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA), dedicada a la

⁶ Daniel Fra (coord.), *Appui aux médias africains. Les politiques des bailleurs de fonds*, Ministerio de Asuntos Exteriores, París, 2000.

cooperación técnica, no concedía subvenciones y llevaba a cabo sus intervenciones a través de los gobiernos locales. Actuaba en especial en los países de África anglófona;

f) la Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID) de Estados Unidos actuaba a través de intermediarios en proyectos de corto plazo en Asia, África y América Latina;

g) la Dirección General de Asuntos Internacionales de Holanda dirigía su ayuda a ONG. Llevaba a cabo sus programas de formación en el centro de formación de Radio Neederland y en el Instituto Internacional para la Comunicación y el Desarrollo (IICD);

h) la Agencia de Cooperación para el Desarrollo de Noruega (NORAD) tenía como objetivo principal mejorar el acceso a la información para fortalecer a los medios, que jugaban un papel esencial en la formación de las democracias y en la lucha contra la corrupción;

i) la Agencia de Cooperación para el Desarrollo Internacional de Suecia (SIDA) apoya proyectos en los que los medios de comunicación estaban comprometidos con programas de salud pública, educación, derechos humanos, etc. Uno de sus proyectos estrella es el *Media Institute of Southern Africa*, con sede en Nairobi; y

j) el Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones (PIDC) de la UNESCO y la Comisión Europea o la Agencia Intergubernamental de la Francofonía.

Otro tipo de organizaciones privadas, de carácter político o confesional, con una presencia significativa en proyectos de medios de comunicación durante esta tapa fueron:

a) la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), la cual concedía prioridad al papel que podían desempeñar los medios en la resolución de conflictos. Sus zonas de intervención abarcaban prácticamente todo el mundo. Uno de sus proyectos pioneros fue el Servicio de Información de Iglesias de África, que ofrecía un servicio de información semanal en inglés y francés sobre cuestiones africanas. Su publicación trimestral, *Media Development*, es un referente ineludible;

b) la Fundación de Ayuda a la Cooperación (CAF) de Holanda agrupaba a asociaciones profesionales de medios y pretendía promover a los medios independientes en los países en desarrollo a través de la ayuda económica del Ministerio holandés de Desarrollo. CAF contribuyó al fortalecimiento de los medios comunitarios y las asociaciones y organizaciones profesionales;

c) la Fundación Friedrich Ebert (FES) es la fundación política más importante de Alemania y la que tiene mayor trayectoria en cooperación comunicativa. Se trata de una institución vinculada a los valores y a la ideología de la socialdemocracia alemana. Está presente en todas las áreas geográficas a través de su apoyo a la formación, financiación de equipamiento, asistencia técnica y edición de publicaciones. Colabora con organizaciones profesionales y medios comunitarios de los países del Sur;

d) otra institución política alemana es la Fundación Konrad Adenauer, vinculada al Partido Demócrata Cristiano alemán (CDU), que lanzó a principios de los años noventa un documento político titulado *Medios y democracia*, que resumía su estrategia a favor de los medios en América Latina y el Caribe y con la que pretendía contribuir al desarrollo de medios críticos, profesionales e independientes;

5) la Fundación Heinrich Böll, más independiente y destinada a apoyar sólo a ONG en las iniciativas de prensa escrita y radio; y

6) finalmente, organizaciones de las diversas iglesias alemanas como: la Asociación de Iglesias y Misiones Protestantes —que concibe la comunicación como una herramienta para promover la justicia desde una perspectiva ecuménica—, Acción contra el Hambre y la Enfermedad en el Mundo, fundada por la Iglesia Católica de Alemania y la Obra Misionera Internacional Católica.

En los países del Sur con cierta capacidad de iniciativa, en especial en países latinoamericanos, se produjo un proceso de contestación informativa en la medida en que algunos cambios políticos lo permitieron, amparado en nuevas corrientes de la teoría de la comunicación que reclamaban la importancia de los valores culturales locales como núcleo de los procesos de comunicación y marco de intercambio de experiencias de desarrollo. En este sentido, se trató de abandonar las macrosoluciones informativas del periodo anterior en favor de iniciativas nacionales o locales orientadas a sectores sociales concretos que compartían un cierta identidad cultural.

La experiencia radiofónica, con todas sus posibilidades creativas y participativas, el éxito que había obtenido en las zonas más deprimidas por su proximidad a la realidad y la necesidad de promover medios más sociales y locales y menos políticos, animó la creación, en los años ochenta, de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC),⁷ que tenía como misión: “promover

⁷ AMARC está constituida como una ONG de carácter laico y agrupa a 300 miembros y asociados en más de 100 países.

la democratización de las comunicaciones, especialmente de la radio, para favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible de nuestros pueblos".⁸

AMARC, y en general, todos los medios de comunicación comunitarios, tenían una posición militante en lo que a temas de desarrollo se refería, ya que su elemento diferenciador con otros medios era actuar en beneficio de la comunidad, por encima de cualquier interés económico, y por la defensa de los derechos sociales. Sin embargo, los criterios internacionales para llevar a cabo el reparto de frecuencias radioeléctricas por parte de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) no beneficiaron a estos medios, a lo que hay que añadir la ausencia, bastante generalizada, de legislación nacional sobre radios comunitarias, que favoreció la asignación de frecuencias por parte de los gobiernos a grupos privados de ideologías afines.

Pese a todas las dificultades, la red AMARC⁹ ha estado presente en todo el mundo, revolucionando los contenidos, mejorando la capacitación profesional y modificando los esquemas de trabajo de los medios tradicionales. En este sentido, resulta muy original la agencia informativa Púlsar, creada por AMARC gracias a la cooperación económica internacional, a principios de 1996, para proporcionar noticias a las radios comunitarias e independientes de América Latina y el Caribe a través de boletines redactados en lenguaje radiofónico y transmitidos vía *Internet*.¹⁰

Dentro de la heterogeneidad de medios que se definían como comunitarios debemos tener en cuenta a Videazimut, un grupo internacional formado por organizaciones que utilizan el video y la televisión con un carácter alternativo para proporcionar el acceso a estos recursos de los grupos marginados y olvidados por los medios tradicionales, tanto de los países del Sur como del Norte.

También ERBOL creó en 1991 su agencia de noticias como complemento a sus actividades educativas de radio. La agencia pretendía ser un instrumento para trasladar los problemas rurales a los núcleos urbanos y a los sectores sociales y políticos con participación en los procesos de toma de decisión capaces de asumir ciertos compromisos sociales.

Los medios de este periodo muestran un mayor grado de diversidad y de profundidad en sus contenidos y desarrollo e incluso en la procedencia de los fondos, aunque se mantiene una cierta dependencia de las fuentes de

⁸ Véase <http://www.amarc.org>.

⁹ La radio comunitaria es, de lejos, el medio favorito en los países en desarrollo. Una de las últimas iniciativas ha sido la creación de la primera emisora de radio de mujeres en Camboya, gestionada, a su vez, por el *Women's Media Centre* y con la ayuda económica del PIDC.

¹⁰ Puede accederse de forma gratuita a los servicios ofrecidos por Púlsar en <http://www.pulsar.org.ec>.

financiamiento internacionales. Como características generales podemos decir que:

- a) hay una proliferación tanto en el Norte como en el Sur: en los países del Sur porque los medios tienen la pretensión de actuar como motores de cambio; en el Norte, aunque sin excluir otras finalidades, aparecen vinculados a ONG, o para proporcionar información del Sur a ONG asociadas a instituciones internacionales, en especial del sistema de Naciones Unidas. Estas últimas cuentan con una evidente superioridad tecnológica que les ha permitido organizar las primeras estructuras de redes, tener mayor impacto y protagonismo social y una incontestable capacidad de movilización de la opinión pública;
- b) se produce una creciente revalorización de nuevas formas de expresión y/o una recuperación de fórmulas de comunicación tradicional que habían pasado a segundo plano en algunos países: la prensa rural, el periódico mural, el teatro y la representación popular, etc., ocupan un protagonismo creciente en un intento de aproximar la realidad social a los contenidos de los medios y permitir formas participativas de la comunidad. Lo local aparece como marco de negociación de los conflictos tanto sociales como particulares a través de los medios;
- c) los contenidos de los medios –sin perder la perspectiva general y en la medida de lo posible– proponen una cobertura más social y menos política, por lo que en las noticias recuperan cierto protagonismo las organizaciones civiles, los ciudadanos, los movimientos sociales y educativos y su capacidad o no de transformación de estructuras políticas injustas. En cierta medida, se abandona el tono reivindicativo y casi desafiante (Norte-Sur) que habían planteado algunos medios del Sur de la primera etapa por una posición más matizada y negociadora –deudora en parte de la procedencia de los fondos–;
- d) una de las constantes aspiraciones en el tratamiento de los contenidos ha sido la voluntad de proporcionar una contextualización de los acontecimientos, abandonando la cobertura ocasional y aislada de los hechos.¹¹ Sin embargo, no siempre fue satisfecha, entre otras razones por la dificultad de tener acceso a fuentes de contenidos completos y, cuando éstas existían, por la falta de recursos económicos o tecnológicos para disponer de ellos; y

¹¹ La necesidad de presentar una información contextualizada fue una de las constantes reivindicaciones de los medios pioneros, entre ellos el IPS, como fórmula para proporcionar un mayor y mejor conocimiento de la realidad de los países del Sur y en desarrollo.

e) la agenda de temas varía según los problemas de cada país y, de manera más general, de cada continente. Sin embargo, se van abandonando las grandes preocupaciones internacionales para dar protagonismo a temas más locales.¹² Los problemas relacionados con la agricultura y la alimentación, la infancia, la educación, los medios y su función social, los conflictos sociales o los temas medioambientales comienzan a dar a la agenda del desarrollo un contenido más diversificado y especializado a través de la información.

3) La tercera etapa se caracteriza por la consolidación definitiva de aquellos proyectos mediáticos que han conseguido una cierta solvencia en el mercado para sus productos informativos, unida a una continuidad en la ayuda internacional. Esta fase, que se desarrolla desde la segunda mitad de los años noventa hasta nuestros días —aunque en la actualidad están apareciendo signos diferenciadores en la información del desarrollo—, recoge los aspectos positivos de las experiencias anteriores y, sobre todo, el protagonismo incontestable de la sociedad civil a través de la institucionalización de los movimientos comunitarios.

Por otro lado, la evolución de los medios en este periodo, tanto en sus actividades como en sus contenidos y servicios, está condicionada por la innovación tecnológica y su aplicación en la expansión del conocimiento: las nuevas herramientas han favorecido un proceso de interacción constante entre el Norte y el Sur en la creación y participación en medios de comunicación, dando lugar a redes multiculturales y multiétnicas altamente especializadas. Sin embargo, es necesario poner de manifiesto el carácter excluyente que para muchas sociedades tiene la tecnología, marginando a grupos muy extensos tanto en su participación en los medios —y, por consiguiente, en mostrar su realidad— como en la posibilidad de utilizar las nuevas tecnologías al servicio del desarrollo.¹³

En los últimos años, los medios dedicados a los problemas del desarrollo han llevado a cabo una cierta especialización de sus contenidos, motivada en parte por la necesidad de consolidarse en algunos mercados y ofrecer servicios diversificados. En el caso de América Latina, AMARC crea la red *Nuqanchik*, un servicio de noticias en quechua, mientras que la boliviana ERBOL, junto a otras emisoras de Perú y Ecuador, inicia en 1997 la transmisión del servicio Quechuas

¹² Por ejemplo, después de que el tema de la deuda externa ocupó por mucho tiempo un lugar destacado en la agenda del desarrollo, desde principios de los años noventa ha sido un tanto olvidado.

¹³ Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, *Informe sobre Desarrollo Humano 2001. Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, 2001.

al Satélite, un informativo cultural dirigido a 10 millones de hablantes de quechua de la región andina y que se transmite a través del satélite de la ALER.

Otras particularidades de los medios en esta etapa pueden resumirse en:

- a) la amplia presencia de instituciones del Norte en las tareas de capacitación profesional, informatización, elaboración de páginas electrónicas, etc. Este aspecto positivo encierra o puede encerrar efectos negativos en varios sentidos: por un lado, una cierta tutela en los contenidos y, por otro, la dificultad de conocer en realidad quién está detrás de determinados medios o de ciertas redes de comunicación (si se trata de una institución pública o privada del Norte establecida en el Sur, o viceversa, si detrás de esa institución hay un determinado grupo empresarial, etc.). Es decir, una mayor accesibilidad de los medios no significa una mayor transparencia sobre sus actividades e intereses;
- b) hay también una gran diversificación de medios creada a partir de una cierta cualificación tecnológica. Resulta significativo que, entre los proyectos aprobados en los últimos años por el PIDC de la UNESCO, el mayor número sea de creación de centros multimedia, desde el dirigido a la comunidad indígena de Costa Rica o la comunidad meiganga de Camerún hasta la creación de un centro de recursos para periodistas en Tadjikistán o el desarrollo de una red de medios para mujeres en Afganistán. De todas las ayudas aprobadas para los medios tradicionales, los proyectos de agencias de noticias son los más reducidos en número;¹⁴
- c) los medios y los servicios creados por y para mujeres son una línea de acción común como consecuencia de la consideración de la mujer como agente de desarrollo: Púlsar creó su servicio Ciberbruja, la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) puso en marcha Área Mujeres, en Burundi se echó a andar el programa *Women Using Media for Peace* y en Brasil el programa de fortalecimiento del liderazgo de las mujeres en el desarrollo comunitario a través de la radio en *Internet*;

Pero, junto a los temas relacionados con la mujer, la infancia, el SIDA, la emigración, el racismo, el medio ambiente o el reforzamiento de la sociedad civil, forman parte de los temas y de los servicios especializados que se incorporan a

¹⁴ Este medio clásico ha perdido una parte de su significado –la inmediatez– al imponerse otros sistemas basados en la utilización de *Internet*. Sin embargo, uno de los proyectos más dotados de recursos es la reforma de la agencia Bakhtar de Afganistán y la formación de periodistas afganos. Véase <http://www.unesco.org/cgi-bin/webworld/ipdc/cgi>.

los medios dedicados al desarrollo. Sirvan de ejemplo: la Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia (ANDI), de Brasil; Medios para la Paz, de Colombia; y el portal www.choike.org, una iniciativa del Instituto del Tercer Mundo de Montevideo que pretende difundir el trabajo de ONG “y alimentarse de diversas fuentes de información organizadas desde la perspectiva de la sociedad civil del Sur”.¹⁵

Fruto de la triple conexión entre desarrollo, nuevas tecnologías e información y conocimiento, se vienen produciendo en los últimos tres o cuatro años una serie de iniciativas relacionadas con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para el Desarrollo. A partir del nuevo concepto de la sociedad de la información o del conocimiento aparecen temas novedosos —o se presentan como tales, aunque sean viejos problemas— y propuestas originales vinculadas al desarrollo. La celebración de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), cuya primera ronda se celebró en Ginebra, en diciembre de 2003 —y que tuvo su continuación en Túnez, en noviembre de 2005—, ha contribuido a crear un cierto *boom* de las TIC y los temas vinculados al desarrollo, como el problema de la llamada “brecha digital”, que crea una nueva separación en las sociedades profundizando aún más en las diferencias ya existentes. Otra cuestión espinosa es la utilización de patentes; en este sentido, se ha creado un movimiento reivindicativo que apoya el *software* libre o gratuito, y que se ha incorporado a numerosos medios de comunicación, especialmente del Sur.

Entre las iniciativas oficiales se encuentra el Programa Información para Todos (IFAP) de la UNESCO, creado en el año 2001 con la pretensión de dar pie a una sociedad de la información para todos “mediante la reducción de la brecha entre inforricos e infopobres”.

Durante la celebración de la primera ronda de la CMSI en Ginebra se creó Polimedia Lab, un laboratorio temporal de medios de comunicación para mostrar proyectos comunicativos alternativos y de base. Otros ejemplos de mayor alcance temporal pueden ser: la Fundación Redes y Desarrollo (FUNREDES), que es una ONG dedicada a la difusión de nuevas tecnologías de la información y la comunicación en países en desarrollo, especialmente en América Latina y Caribe; Moebius, que es un programa de AMARC para la distribución e intercambio entre radios comunitarias mediante la utilización de las TIC (este programa ha desarrollado un proyecto piloto en América Latina y el Caribe, Planeta Radio); en Argentina funciona la Asociación Civil para el Estudio y la Promoción de la Sociedad de la Información; la ecuatoriana Infodesarrollo es una red de información y comunicación para el desarrollo orientada a organizaciones cuyo campo de acción

¹⁵ Véase <http://www.choike.org>.

son las TIC para el desarrollo (curiosamente su portal en *Internet* está construido con sistemas de *software* libre).¹⁶

Si las TIC han revolucionado el mundo de los medios de comunicación al exigirles un valor añadido en sus contenidos con respecto a otras fuentes de información menos elaboradas y analíticas, los medios de comunicación para el desarrollo sufren ese impacto de forma más fuerte al enfrentar los efectos negativos con inferioridad de recursos. Sin embargo, las TIC se incorporan como un elemento fundamental para el desarrollo, tanto en su utilización para crear estructuras de redes de conocimiento Norte-Sur y Sur-Sur más completas como en los temas que, de manera necesaria, se incorporan a la agenda de los problemas del desarrollo por parte de los medios.

¹⁶ Véase <http://www.infodesarrollo.ec>.