



LAS LECTURAS DEL SUR EN LOS MEDIOS THE SOUTH READINGS IN THE MEDIA

M^a AMOR PÉREZ RODRÍGUEZ
Universidad de Huelva
maria.amor@ya.com

RESUMEN

Los medios y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación transforman los signos de nuestra cultura y condicionan las relaciones y los intercambios sociales, estableciendo las pautas de comportamiento y de vida de muchos ciudadanos, creando estereotipos y marcando profundamente las ideas que sobre las personas y las diferentes culturas se difunden a través de sus mensajes.

ABSTRACT

Media and technologies transform our cultural signs and condition the relations and the social exchanges by creating stereotypes and deeply influencing the construction of prejudices among different peoples and cultures.

PALABRAS CLAVES: Información, imagen, estereotipo, alfabetización, lectura

KEY WORDS: Information, image, stereotype, teaching literacy, reading

1. LA INFORMACIÓN COMO MONEDA DE CAMBIO PARA EL DESARROLLO

Los medios y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han ido transformando paulatinamente los signos relevantes de la cultura y del acontecer diario en todas las esferas de nuestro existir: productivo, económico, familiar, comunicativo... al tiempo que han ido favoreciendo otras formas de articulación social de intercambios. Primero, los medios de comunicación de masas (cine, radio, televisión...) y desde las dos últimas décadas del siglo XX, las nuevas tecnologías de la comunicación telemática, que han destruido los conceptos tradicionales de tiempo y espacio al promover la navegación a través de la información y la interactividad.

Cabría preguntarse si realmente estos nuevos sistemas significan para el grueso de la población un mayor nivel de conocimiento y de comprensión de la realidad, o sólo para unos pocos. Sería interesante analizar si los reconocidos progresos y avances en torno a los procesos de difusión de contenidos e informaciones no están suponiendo en algunos casos maneras de control y complejas estructuras de dominación y ocultación.



La información es el recurso básico de nuestra sociedad. La tecnología de la información se ha convertido en una «infraestructura primaria» (Hamelink, 1981) de toda la producción industrial y de la distribución de bienes y servicios, hasta el punto de que la información constituye el factor básico para entender toda nuestra sociedad, siendo el elemento clave y diferenciado de ésta, además de que el poder acceder a la información y su gestión, procesamiento y uso son la riqueza de nuestro tiempo. El consumo y bienestar, y la información, por otro lado, han generado una serie de valores dominantes: la primacía de un «pensamiento único», amorfo y débil, la sobrevaloración de la información como elemento de integración y de las posibilidades de las tecnologías, la potenciación del individualismo y el conformismo social, la obsesión por la eficiencia, la concepción ahistórica de la realidad, la preeminencia de la cultura de la apariencia, el imperio de lo efímero, el culto al cuerpo y a la forma, la mitificación de la juventud y la novedad... Sin embargo, el Planeta se halla profundamente dividido en un mundo desarrollado según los valores que hemos apuntado y que Pérez Tornero (2000, pág. 20) llama «estándares de bienestar y confort» y otro sumido en la penuria, el hambre y la miseria. En cualquier caso, todos dentro de un mundo que se mueve a impulsos comunicativos para cualquier tipo de transacción ya sea económica o cultural. Cada vez con más fuerza se alzan voces que alertan sobre la creciente fractura entre dos mundos originada por el imparable desarrollo de las tecnologías y la implantación de las redes. No situamos en un tiempo en el que la información ha dejado de ser un bien social y cultural para convertirse en un bien de consumo originándose el poder de la información y desarrollándose un cierto imperialismo informativo.

El Informe McBride (1980, pág. 39) señalaba como las principales funciones de la comunicación: la información, la socialización, la motivación, el debate y el diálogo, la educación, la promoción cultural, el esparcimiento y la integración. La idea de comunicación que subyace va más allá de la difusión de noticias y mensajes y se extiende a la transferencia e intercambio de ideas, hechos, opiniones o datos, reconociéndose la importancia de la información en nuestra sociedad para el desarrollo personal, la identidad cultural, la independencia, el respeto a la dignidad humana y la asistencia mutua, entre otras consideraciones. Sin embargo, esta realidad ha cambiado de forma considerable. La diversión, el entretenimiento, la información responden a claves distintas y han perdido, en parte, su valor primigenio, convirtiéndose a menudo en reclamo de valores, creencias y modos de comportamiento que obedecen a intereses de muy diversa índole, fundamentalmente económicos, gestionados por grupos de poder que, en definitiva, conducen a una nueva forma de socialización más determinada y manipulada, más global.

Martín Hopenhayn (2004) ha expuesto algunos datos que nos dibujan un interesante mapa de la distribución de contenidos en el mundo. La facturación global del sector audiovisual y su reparto según regiones sitúa en Estados Unidos el 55% del total mundial, en la Unión Europea el 25%, en Japón y Asia el 15% y en Iberoamérica sólo el 5%. Hay cuatro agencias mundiales que con-



trolan la afluencia internacional de noticias escritas: AP, UPI (que quebró en 1992 y fue adquirida por Middle East Broadcasting Co.), AFP y Reuters. En cuanto a la información audiovisual, las fuentes son Reuters TV (ex Visnews) y WTN, y en menor medida el servicio mundial de la BBC y la CNN. La única agencia mundial que presta interés en otros países fuera de la órbita del primer mundo es Inter Press Service, que produce diariamente un promedio de 100.000 palabras, frente a los 17 millones de palabras por día de AP.

Las fusiones entre las empresas de comunicación y el poder de las nuevas tecnologías han incentivado la marginación del Sur. Internet ha posibilitado la creación de redes alternativas, pero también ha propiciado la desigualdad. Los contrastes en el acceso a la telefonía e Internet son inquietantes cuando se comparan las distintas regiones del mundo, «el 20% de la población global que vive en países más pobres sólo cuenta con un 1.5% de las líneas telefónicas mientras el 20% de la población que vive en los países más ricos cuenta con el 74% de las mismas» (Hopenhayn, 2004).

Plantear la información como moneda de cambio para el desarrollo supondría convertir a la sociedad civil en protagonista del proceso informativo para preservar la diversidad de las culturas. La información no debe ser un arma contra los pueblos del Sur, sino una proyección de sus necesidades y sus logros.

Al menos eso es lo que puede deducirse del código aprobado por la Asamblea General del Comité de Enlace de las Organizaciones No Gubernamentales europeas ante la Comisión Europea en 1989 en el que se establece que los objetivos fundamentales de la Educación para el Desarrollo no deben perderse de vista jamás en la producción de mensajes e imágenes. Entre estos objetivos se señala la toma de conciencia de la problemática del desarrollo, la comprensión de sus causas y soluciones, su interdependencia y su reciprocidad para un mejor conocimiento mutuo; la voluntad de participación en el debate para sostener una verdadera cooperación política, económica y cultural; la solidaridad entre los pueblos con todos los socios posibles, por medio de un mejor conocimiento recíproco y, el compromiso para lograr cambios estructurales en favor de las poblaciones más desheredadas, las personas y grupos excluidos.

2. LAS IMÁGENES DEL SUR

Las imágenes que percibimos del Sur a través de los medios estereotipan una realidad, como ocurre siempre con cualquier imagen que de alguna manera representa algo en función de un punto de vista. Ocurre que en el caso de la información acerca del Sur ese punto de vista está altamente estereotipado. El Norte se presenta siempre como superior, frente a un Sur arrasado por catástrofes, conflictos, hambrunas y problemas insalvables, hechos y cuestiones sobre los que no se proponen soluciones, ni se estudian causas, llegándose en algunos casos a tímidas e interesadas propuestas, a veces demasiado simplistas. Es difícil encontrar otro tipo de mensajes que favorezcan una visión más compleja, más rica, para lo que probablemente necesitamos formar nuestra conciencia crítica respecto a los lenguajes de los medios y sus recursos.



Baste como ejemplo la imagen más tópica de África, un continente del que sólo vemos imágenes de hambre, epidemias, sida, violaciones, conflictos tribales, guerras salvajes, esclavos, inferiores, ignorancia... Imágenes que nos cuentan historias sobre las que se adivina la sombra de los intereses del Norte que propician guerras y golpes de estado para controlar el territorio, que desencadenan hambrunas por esquilmar los recursos y no promover una adecuada gestión y desarrollo de los mismos por los propios pueblos, que ocultan con edulcoradas campañas y «generosos donantes» la vergüenza que supone que la investigación farmacéutica y la producción de medicamentos esté sometida al poder económico del mercado y no a la demanda y necesidad de un pueblo que no puede asumir el costo de tratamientos como el de la malaria o el sida.

Junto a eso observamos imágenes idílicas y espectaculares (América del Sur, Asia): playas y paraísos perdidos para el descanso y el disfrute de unos pocos elegidos. Imágenes del tsunami que arrasó en diciembre de 2004 gran parte de la costa asiática nos mostraban los turistas descansando al lado de los escombros y restos de la devastación; o recuérdense imágenes de los países latinoamericanos y sus riquezas naturales explotadas en circuitos cerrados de turismo de elite que se aíslan de la realidad del país, o las del famoso Rally que discurre por el desierto de Dakar, o los safaris y cacerías en Kenia, junto a las exóticas bellezas en los países asiáticos que son el reclamo de redes de turismo sexual ...

En la mayoría de los casos, como hemos visto, las informaciones e imágenes que se difunden generalizan y esconden la diversidad de las situaciones o por el contrario la espectacularizan e idealizan, refuerzan estereotipos y prejuicios; a veces son acusadoras, miserables o incluso patéticas, denotando una manifiesta superioridad del Norte.

Por tanto, sería muy conveniente ir abordando otros modos de difusión y transmisión de contenidos relativos al Sur:

- Mostrar personas en su entorno, tanto social, como económico y cultural. Esta sería una vía para dignificar culturas y pueblos que no sean asimilados y engullidos por lo global, que puedan contar su identidad de forma autónoma y en primera persona no a través de mediadores o tergiversadores que contaminen las visiones originales o que las simplifiquen y generalicen; de ahí la importancia de enseñar la cultura propia.

- Evitar el abuso de las imágenes que ofrecen visiones catastróficas o idílicas porque se tiende a la simplificación en la percepción del entorno y se fomenta una estrategia de compasión mediante una falsa solidaridad momentánea.

- Evidenciar no sólo la pobreza, la desestabilización política, las injusticias, la mala gestión de los recursos, sino, fundamentalmente, las causas que generan esas situaciones, tanto en lo político, como económico o social, permitiendo así que se entiendan los procesos que conducen a los problemas y se puedan arbitrar líneas de intervención y de actuación en el desarrollo.

- Proporcionar imágenes e información sobre personas que actúan y trabajan en su medio, que son protagonistas de hechos y acontecimientos, que



poseen conocimientos y experiencias sin estar sometidos a los dictados del Norte, fomentando canales independientes de difusión de imágenes y noticias alternativas o permitiendo la entrada y el acceso a los medios de comunicación de mayor impacto.

- Evitar la discriminación étnica, sexual, cultural, religiosa, socio-económica... facilitando imágenes y noticias para el intercambio en mestizaje, que no limiten o coaccionen la diversidad.

De alguna forma, la información que es el poder de nuestros días, está siendo utilizada como arma contra el Sur porque la información y la comunicación se han convertido en armas eficaces para difundir doctrinas, modos de vida, posiciones, costumbres, discriminaciones, centros de interés. Significativamente la historia, los conflictos, las migraciones, las igualdades y desigualdades, los hombres y mujeres, son si están en los medios, si cuentan en sus discursos y no cuentan los del Sur.

La llamada divisoria o fractura digital es ya una realidad tangible y vergonzante, que ahonda las diferencias y desigualdades entre los que conocen la información y la suministran y difunden y los que con numerosas dificultades apenas si la reciben. En este sentido forma a los ciudadanos para leer las imágenes, los discursos de los medios es la clave para la comunicación sin fronteras y para la nueva cultura que debe ir surgiendo ante la pluralidad signica, en la que cada vez es más necesario el intercambio y la síntesis constructiva ante la saturación informativa.

3. CÓMO LEER LAS IMÁGENES DEL SUR

3.1. LA CONCENTRACIÓN DE EMPRESAS DE INFORMACIÓN

La mayoría de las noticias que se generan vienen determinadas por agencias que las recogen estructuran, seleccionan y difunden. Pese a que existen numerosas empresas dedicadas a este tipo de «transacciones» informativas, es muy preocupante comprobar el elevado índice de concentración de éstas, acaparadas por quien tiene el poder económico de comprarlas. En consecuencia, la abundancia de sus informaciones es un espejismo en tanto que quien tiene el poder de decisión sobre lo que es noticiable o no, reitera en sus distintos espacios y soportes los mismos contenidos, produciendo el efecto de la abundancia siempre desde la misma perspectiva.

Un ejemplo puede encontrarse en la empresa CNN. Su cadena de televisión por cable llega a más de 73 millones de hogares estadounidenses, y los servicios del grupo, en su totalidad, llegan a más de 700 millones de personas en todo el mundo, con seis cadenas de televisión por cable y por satélite (CNN, CNN International, CNN en Español, CNNfn, CNN/SI y CNN Headline News), dos cadenas de radio, ocho sitios en la World Wide Web y CNN Newsource, un servicio de distribución de noticias para estaciones de televisión, lo que da idea del poder de informar y crear opinión pública (Ver www.cnn.com).



3.2. LA VENTA DE SÍMBOLOS

Los medios del Sur, tienen mucho que ver con esta concentración mediática, que se traduce en una venta de símbolos e ideas que poco a poco incide en la construcción de la identidad de los diferentes pueblos. La difusión de esas ideas y símbolos no se hace en condiciones de igualdad con lo que es cada vez más patente el dominio de unas culturas sobre otras y el consiguiente olvido de la diversidad.

Algunos ejemplos de imágenes tópicas muestran el Sur salvaje y primitivo - culturas milenarias de las que se resalta lo primitivo no como valor o muestra de identidad, si acaso como reclamo turístico, como índice de retraso o subdesarrollo sobre el que actuar; también se muestra el indígena, el negro, el afgano... como inferior, con costumbres reprobables, que se valoran con los parámetros de otra civilización, otra cultura y en otro contexto; África, América del Sur, Asia son lugares para explorar, para ir de vacaciones, para invertir, para la aventura...; los pueblos asociados a los productos coloniales: café, cacao, azúcar, tabaco, sedas, piedras preciosas...

Es un ejercicio interesante de crítica el cuestionar quién establece cuál es la noticia, qué versión es la auténtica, qué conflicto se ve en televisión, porqué nos vestimos igual en casi todo el mundo o nos vestimos de determinada forma, qué música triunfa... etc. Como señala Barbero (2004) «dicho de modo caricaturesco, la ética de la noticia la pone CNN, la estética juvenil la difunde MTV, y el cine se norteamericaniza tanto vía HBO como en las cadenas mundiales dominantes de distribución cinematográfica».

3.3. LA PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD

Mientras creemos que conocemos y sabemos todo lo que ocurre en el mundo, o al menos casi todo, no es difícil comprobar que apenas si tenemos una minúscula percepción de la realidad que nos envuelve, y las consignas difundidas como señal de identidad por algunas empresas mediáticas como: «Está pasando. Lo estás viendo», «Todo lo tienes en *La Primera*», resultan cuando menos una triste falacia. Los medios, al difundir informaciones, han aumentado nuestra ignorancia sobre el mundo real.

Hopenhayn (2004) señala, en este sentido «la máxima territorialización de los acontecimientos», de manera que «cada lugar pasa a ser no sólo un lugar *en* el mundo, sino un lugar *para* el mundo: muchos saben, hoy día, nombres de ex-repúblicas soviéticas que hasta hace muy poco ignorábamos, y sabemos dónde ubicar a Etiopía, Irak o Afganistán en el mapa, o dónde viven los serbios y los croatas». Por otra parte, también indica que «la globalización de mercados y comunicaciones produce una des-territorialización en todas las latitudes, precisamente por la permeabilidad creciente de cada lugar y cada grupo frente a lo que le ocurre a otros grupos en otros lugares».

En nuestros días la virtualidad sustituye de forma vertiginosa y tal vez alarmante las percepciones de lo vivido, del presente, de la imaginación del futuro, confiando a esas representaciones simuladas espacios que eran privativos de nuestro imaginario, de nuestros deseos y anhelos, de nuestro mundo interior:





M^a AMOR PÉREZ RODRÍGUEZ

viajamos a lugares lejanos, tenemos experiencias inimaginables, jugamos con otras dimensiones, conocemos, creamos, nos relacionamos con otras personas sin verlas, sin sentirlas...

3.4. CULTURA «GLOCAL»

La cultura se mercantiliza de forma que los bienes y servicios son de rápida obsolescencia, y pasan de una mano a otra y de una ciudad a otra al compás de sus posibilidades de innovación tecnológica e informativa (Hopenhayn, 2004). Los consumidores han de aprender a seleccionar y reconocer, a interpretar competente y críticamente los intercambios simbólicos que les rodean. Es un hecho que la información convertida en las distintas producciones de sentido circula sin límites y se establece una ardua lucha por llegar lo más rápido posible al mayor número de receptores. En consecuencia, quedan por detrás aquellos que no tienen medios o modos de acceder o quienes no alcanzan la velocidad suficiente para incorporarse a ese fluir constante. En palabras de Hopenhayn (2004) «en la nueva fase de la globalización, dicha circulación se multiplica exponencialmente, rebasa las fronteras espaciales y los límites en el tiempo: los mensajes circulan globalmente a tiempo real».

Los medios logran que la cultura sea global y al tiempo local, construyendo significados fragmentados y deslocalizados que se superponen y mezclan como en un collage de efímera duración.

3.5. LA BRECHA DIGITAL

Es mucha la información que se genera, produce y difunde, y no es equiparable la capacidad o competencia en la respuesta, ni mucho menos la posibilidad de atender a todo y estar al día. En el caso del uso de Internet esta circunstancia provoca desigualdades que constituyen una forma de discriminación y división comparable a la que en años anteriores ha supuesto la consideración de países pobres o países ricos.

Internet ha ocasionado de manera fehaciente profundas diferencias en cuanto a la capacidad de interlocución, el acceso a la información, al desarrollo de la cultura, etc. La consideración del concepto de *brecha digital* como nueva lacra en las desigualdades en el ámbito del desarrollo en el mundo para referirse a las diferencias que se provocan en cuanto a los intercambios simbólicos y comunicativos, en definitiva, en torno al acceso al conocimiento da idea de la dimensión de este problema. Esa brecha hunde al Sur, aunque también está en el Norte.

3.6. LO NUEVO

El valor positivo de lo nuevo está muy estrechamente asociado a la filosofía de acompañamiento que inspira el fenómeno del modelo tecnológico avanzado, en su indisociable vertiente de consumo, según la cual lo último es siempre más perfecto y mejor que lo anterior, provocando necesidades compulsivas y efectos contraproducentes para un desarrollo equilibrado y sostenible.





Los avances de los medios y las tecnologías en una sociedad marcada por la transición del cambio de siglo evidentemente han facilitado el progreso y el desarrollo de ésta. Sin embargo, no podemos obviar cómo en la mayoría de los casos el acceso a la información, la distribución de la misma, sus contenidos y sus fuentes, arrastra la rémora del desconocimiento de gran parte de la población del lenguaje, la técnica y el discurso de estos medios. En el caso del tema que nos ocupa es bastante flagrante. El Sur apenas existe para los medios pese a las bondades y mitos que hemos tratado de evidenciar.

Los medios y las tecnologías de la información y comunicación construyen el conocimiento, son mediadores y creadores de los nuevos mitos de nuestro entorno. Sin lugar a dudas, los modos en los que éstos representan la realidad -o nos lo hacen creer- las técnicas, códigos y estrategias que utilizan, las ideologías que van implícitas en sus mensajes... deberían ser conocidos por los usuarios y receptores, inmersos en ese ambiente que en absoluto consideramos extraño o problemático y que de alguna manera es parte del aire que respiramos. Ello nos conduce al concepto de *alfabetización audiovisual* y en consecuencia a la necesidad de atender a ésta en la sociedad, algo que parece mucho más que evidente a medida que se profundiza en cualquier análisis. Gran parte de la información, del conocimiento y, en consecuencia, de los aprendizajes de nuestra época, están en clave audiovisual, por lo que se hace imprescindible saber descifrar los sistemas que los estructuran, sus signos y claves de interpretación, para hacer una lectura comprensiva, racional e inteligente de los mensajes audiovisuales que constituyen esta nueva forma de expresión y gestión del saber, que va restando cada vez más campo a la expresión exclusivamente verbal.

Respecto a las imágenes que difunden los medios en torno al Sur sería conveniente atender a:

- Las construcciones de los textos de los medios de comunicación y las representaciones de la realidad. Indudablemente es un contenido fundamental para abordar la alfabetización, dada la influencia decisiva de los medios en las percepciones del mundo en el que nos desenvolvemos. Además, ya hemos insistido en ello, los textos de los medios de comunicación actúan como agentes influyentes de la cultura y la ideología dominante. Esta circunstancia no debe obviarse en un planteamiento que persiga la capacitación para desentrañar los significados de los medios.

- Las instituciones en las que se elaboran los mensajes de los medios y en la función y en las formas de los mensajes de éstos. Ambos elementos tienen bastante relevancia a la hora de adquirir esa competencia o alfabetización mediática, sobre todo porque para ser receptores competentes es preciso conocer los procesos de elaboración y la estructura de composición de los mensajes.

- Las audiencias, el modo en que se las aborda, y cómo o qué uso hacen de ellas los medios constituyen otro de los conceptos centrales que conforman contenidos para delimitar el ámbito en el que ha de desenvolverse la alfabetización.

- La elaboración de mensajes de los medios que sean competentes y articulados. Consideramos que es fundamental el conocimiento de los nuevos len-





M^a AMOR PÉREZ RODRÍGUEZ

guajes de los medios y las tecnologías, en el ámbito de la enseñanza para el desarrollo de una competencia comunicativa. Ello supone, en nuestros días, una capacitación para la producción de cualquier tipo de texto audiovisual, en aras de una equilibrada relación entre lo teórico y lo práctico y, por supuesto, como garantía de una alfabetización adecuada a las interacciones comunicativas de hoy. Del mismo modo que enseñamos a leer y a escribir, la alfabetización audiovisual debe partir de un primer momento de lectura de los documentos audiovisuales para una posterior fase de escritura de los mismos.

4. ALGUNAS WEBS PARA APRENDER A MIRAR EL SUR

Exponemos a continuación algunas páginas en las que se puede acceder a otro tipo de informaciones, unas vinculadas con la alfabetización audiovisual y sobre todo las que muestran contenidos e imágenes diferentes del Sur en línea con la idea que defendemos de la adquisición de una competencia mediática que permita que puedan oírse e interpretarse otras voces.

Grupo Comunicar

<http://www.uhu.es/comunicar/>

La web del grupo Comunicar ofrece un interesante foro de experiencias y materiales en relación con el uso de los medios y tecnologías en la educación y comunicación. El interés de la página estriba en su atención a la educación en medios, que consideramos la base de lecturas competentes de los símbolos y significados del mundo en aras de una sociedad más democrática y solidaria.

Rebelión

<http://www.rebellion.org/africa.htm>

Esta web nos ofrece otras miradas desde los medios y distintos temas. Su nombre nos sitúa en una perspectiva crítica que aborda enlaces sobre: Ciberensura, Ecología, Economía, España, Internacional –África, Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Cuba, Estados Unidos, Palestina, Unión Europea y Venezuela-, Mentiras y medios, Mujer, Opinión, Otro Mundo es posible y Resistencia Global.

Destacamos la sección Mentiras y medios en la que se incluyen interesantes colaboraciones e información sobre eventos.

Edualter

<http://www.edualter.org/>

Esta página es una red de recursos para la educación para la paz, el desarrollo y la interculturalidad. En sus secciones de Agenda y Actualidad se recogen campañas y propuestas pedagógicas para trabajar temas de actualidad y fechas señaladas, además de todo tipo de actividades: cursos, talleres, conferencias, jornadas, exposiciones, sobre Educación para la Paz, el Desarrollo y la Interculturalidad. En relación con el tema que abordamos es interesante acceder a: *Cine y Desarrollo. Las relaciones Norte-Sur a través del cine* <http://www.edualter.org/material/cinemad/index.htm>, una propuesta concreta de tra-





bajo con materiales y fichas en torno al cine y cómo éste muestra las relaciones Norte-Sur. En la zona de materiales se ofrecen una serie de propuestas pedagógicas que son útiles para trabajar tanto a nivel de educación formal como no-formal. Algunas propuestas están en formato Web y otras en sus formatos originales (Word, PDF...) para poderlas imprimir y utilizar directamente. Se puede añadir cualquier propuesta pedagógica que se haya elaborado o puesto en práctica. En Bibliografía se reúnen más de 600 fichas de libros y materiales (vídeos, juegos, etc.) publicados sobre Educación para la Paz, la Interculturalidad y el Desarrollo. Finalmente se ofrece un listado de personas y de grupos que trabajan o están relacionados con la Educación para la Paz, el Desarrollo y la Interculturalidad.

Educa en la Red. Recursos de Educación para el Desarrollo en Internet
<http://www.fuhem.es/CIP/EDUCA/EDU1.htm>

Educa en la Red es una página gestionada por la Fundación Hogar del empleado, Centro de Investigación para la Paz, que cuenta con la colaboración de EDUALTER (Red de recursos para la Educación para la Paz, el Desarrollo y la Interculturalidad). La página web ofrece una serie de recursos disponibles en distintas áreas temáticas: Las raíces de los conflictos armados, sus actores, la prevención y la reconstrucción (información, reflexiones, educación para la paz) y propuestas didácticas en torno a los conflictos, las claves de éstos, sus causas, las zonas, prevención etc. La ayuda al desarrollo, la cooperación y las ONGD (Claves de la Cooperación Internacional, Ayuda al desarrollo y las ONGD). El desarrollo humano y sostenible, la globalización y la pobreza (Claves del Desarrollo, las relaciones Norte/Sur, los Conflictos y el Desarrollo). Colección Unidades Didácticas «Las raíces de los conflictos». Racismo e Interculturalidad. Su menú principal nos permite el acceso a artículos y colaboraciones de referencia sobre Educación para el Desarrollo, además de reseñas, bibliografía comentada y bases de datos en esta temática.

FAO SDdimensions
http://www.fao.org/sd/kn1_es.htm

El Departamento de Desarrollo Sostenible (SD) constituye un centro mundial de referencia para obtener conocimientos y asesoramiento acerca de las dimensiones biofísicas, biológicas, socioeconómicas y sociales del desarrollo sostenible. Creado por la FAO en enero de 1995 centra su atención en cuatro dimensiones fundamentales de la sostenibilidad: Medios de vida sostenibles, participación de la gente e incorporación de las cuestiones de género y población; Transformación agraria y reforma institucional; Investigación, extensión, educación y comunicación; Control y gestión de los recursos naturales.

Esta web del Departamento de Desarrollo sostenible de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación presenta una estructura densa en información y enlaces que se organizan en:

- Conocimiento. Aporta reflexiones e ideas en cuanto a la identificación de las comunicaciones necesarias para apoyar el desarrollo agrícola y rural y en la



aplicación de estrategias de comunicación innovadoras. Se brinda, además, asesoramiento técnico sobre la elaboración de políticas de comunicación, metodologías, capacitación en técnicas de comunicación y procesos participativos esenciales para actividades de comunicación estratégicas. En este apartado se ofrecen textos y experiencias en torno a la comunicación para el desarrollo enfocadas a la comunicación en materia de población, el conocimiento indígena, la educación a distancia, los factores culturales, el género, Internet, medios tradicionales, radio rural, tecnologías para la información y la comunicación... Pero además se abordan cuestiones de Educación, Extensión, Investigación y Tecnología. Puede resultar interesante la iniciativa que se expone (mayo de 2003) de establecer una nueva agencia de noticias, en colaboración con la FAO, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) relacionadas con el desarrollo para África, especialmente, la población de las zonas rurales más apartadas. Para difundir la información habrá que adaptarla a las necesidades de la población rural, en lenguas locales y transmitirla a través de la gran red de estaciones de radio comunitaria, ya que este medio sigue siendo el más popular de comunicación en África.

- Gente. Su información se centra en cuestiones vinculadas a las temáticas de Género y desarrollo, Medios de vida sostenibles, Participación y Población, con la pretensión del estudio y desarrollo de políticas y estrategias destinadas al logro de medios de vida sostenibles.

- Instituciones. Esta sección muestra las experiencias sobre el mejoramiento de la capacidad y la reforma institucional desde tres líneas: Instituciones Públicas, Organizaciones Rurales y Tenencia de la Tierra.

- Medio ambiente. Este apartado estructura las experiencias e informaciones relacionadas con las políticas, planificación y ordenación integradas de los recursos naturales. De este modo podemos acceder a Convenciones y acuerdos ambientales, Geoinformación, control y evaluación, Política y gestión ambiental y Tecnología energética y ambiental.

La iniciativa de Comunicación

<http://comminit.com/la/index.html>

La Iniciativa de Comunicación es el primer proceso de desarrollo regional de The Communication Initiative, alianza entre organizaciones internacionales líderes en temas desarrollo, interesadas en invertir recursos en el cambio del pensamiento, las políticas y la práctica de la comunicación. Por ello, nos parece muy interesante el poder acceder a ella como foro acerca de temas, tendencias y trabajos en el campo de la comunicación para el cambio social en Iberoamérica.

La web reúne una amplia oferta de información y contenidos, así como enlaces y referencias que pueden ser muy útiles para trabajar la comunicación y el desarrollo. Destacamos la Red de comunicadores, personas y organizaciones relacionadas con la comunicación para el cambio y el desarrollo social y económico, segmentados en 50 categorías, que incluyen, por ejemplo, ubicación geográfica y naturaleza de las organizaciones, temas de desarrollo en los





que trabajan y su experiencia en comunicación y los Boletines electrónicos: *Son de Tambora*: boletín bimensual en español, con resúmenes de información que aparece en el sitio web. *Clicks*: boletines especializados en temas específicos, que circulan mensualmente vía correo electrónico, para complementar la información del Son de Tambora. *SDT Clasificados*: boletín mensual con vacantes de interés para quienes se desempeñan en el campo de la comunicación y el desarrollo. *Boletín Red-Salud*: boletín mensual de circulación cerrada, con información especializada en periodismo y salud.

Solidaridad.net

<http://www.solidaridad.net/>

Esta web aporta una gran cantidad de contenidos vinculados a la solidaridad, desde posiciones reflexivas y teóricas y experiencias. Su estructura permite acceder a distintas temáticas, de entre las que hemos destacado: artículos como «La desigualdad informativa en el mundo y el imperialismo cultural de los países ricos. El sur según el norte» en el que Marta Caravantes trata la libertad de prensa y la imposición por parte de los países del norte a los del sur de los imaginarios, necesidades e identidades.

Guía de recursos para la educación para el desarrollo

<http://www.congde.org/guia/index.html>

Esta página es una plataforma para reflexionar, debatir y plantear propuestas. Reúne a las diferentes ONGD que se agrupan en la Coordinadora de ONGs para el desarrollo en España en un proyecto de solidaridad y compromiso con el desarrollo de los pueblos del Sur.

La guía de recursos es una muestra del trabajo en red en torno a la educación para el desarrollo. Se estructura en tres secciones:

- Materiales. Este apartado incluye el acceso a una amplia variedad de materiales que pueden localizarse según el tema o el tipo de material. Hemos encontrado una referencia sobre una exposición (www.acsur.org) «Érase una... vez el Sur» ilustrada y didáctica que tiene como objetivo el suscitar un debate crítico y reflexivo sobre la práctica de la cooperación para el desarrollo a partir del ejemplo de un proyecto.
- Experiencias. Se ofrecen los enlaces a experiencias interesantísimas a través de una ficha de sus datos y el nombre de la ONG que la lleva a cabo.
- ONGs. Se enlaza a las diferentes experiencias y materiales de que dispone cada organización no gubernamental lo que nos permite encontrar la información de manera más rápida y clasificada en cada una de ellas.

ACSUR. Las Segovias

<http://www.acsur.org>

Esta web pertenece a la Asociación para la Cooperación con el Sur «Las Segovias». En ella se pueden ver algunas muestras de sus actividades de sensibilización y educación para el desarrollo tanto en España como en el marco de la Unión Europea, en colaboración con otras ONG, con el objetivo de promo-





ver la conciencia y movilización solidaria para ejercer la presión política que es imprescindible para cambiar las injustas relaciones Norte-Sur.

Entre sus secciones se encuentra el acceso a la revista «Hacia el Sur» y una página con enlaces para que se oigan y difundan otras voces:

- (www.risolidaria.org/canales/canal_congde) información y noticias de las ONG que integran la Coordinadora de ONG de Desarrollo de España.
- (www.canalsolidario.com) información sobre cooperación y desarrollo: noticias y reportajes.
- (www.pangea.org) educación para el desarrollo. Miembro de la Asoc. por el Progreso Comunicaciones.
- (www.reliefweb.int) web de Naciones Unidas sobre temas humanitarios.
- (www.ania.eurosur.org) agencia de noticias sobre cooperación al desarrollo y organizaciones sociales.
- (www.alernet.org) información sobre ayuda humanitaria y emergencias de la Fundación Reuters
- (www.nodo50.org) noticias, reportajes y agenda de información alternativa de España.
- (www.indymedia.org) agencia de noticias internacional formada por una amplia red de periodistas independientes
- (www.rebellion.org) artículos de opinión sobre la actualidad nacional e internacional, derechos humanos, globalización, países del sur...
- (www.znet.org) revista electrónica orientada al cambio social y centrada en la lucha contra todas las opresiones.
- (www.lainsignia.org) diario iberoamericano independiente que publica artículos sobre política, economía, ecología, cultura...
- (www.alternativenews.org) web de información alternativa sobre Israel y Palestina.
- (www.alainet.org) web de información alternativa sobre América Latina cuyo objetivo es la democratización de la información.
- (www.adital.org) Agencia de Información FrayTito para América Latina (ADITAL) es una web brasileña de información alternativa.
- (www.infosolidaria.org) web de la Agencia de Información Solidaria que ofrece artículos sobre derechos humanos, medio ambiente, pobreza...

Africa e Mediterraneo. Culture et société

<http://www.africaemediterraneo.it/>

La cooperativa *Lai Momo* es una asociación italiana que se dedica a desarrollar proyectos de intervención, fundamentalmente en África, de carácter intercultural. Publican la revista *África y Mediterráneo*, de alto nivel, como foro de expresión de esas otras miradas hacia el arte y la cultura que en medios habituales no se contemplan.





Entre sus proyectos más relacionados con los temas que nos ocupan en los que colabora también el Grupo Comunicar, se encuentran:

- *Glocal Youth*, en el, consistente en una investigación en torno a los medios producidos por y para jóvenes en el mundo. Especialmente se han trabajado las producciones de África y las de Iberoamérica. El resultado es una muestra muy interesante y numerosas propuestas para trabajar estos productos. Se publicará un Cd que ya puede consultarse *on line* en <http://www.glocalyouth.net/nuovo/ita/>

- *Valores Comunes*, consistente en la transmisión de los valores comunes en las religiones y el pensamiento laico, de cara a encontrar puntos de encuentro para promover la integración cultural. Se trabaja en cómics como medios de comunicación y transmisión.

Aula Intercultural

<http://www.aulaintercultural.org/>

Esta web (FETE/UGT) es un espacio dirigido a avanzar en una educación en pos del respeto y la convivencia entre las diferentes culturas libres de violencia y discriminación por razones económicas, culturales o de sexo. Sus secciones organizan un contenido dirigido a educadores que puede ser de utilidad para trabajar en la línea de la educación para el desarrollo. Su menú principal permite acceder a foros sobre interculturalidad, enlaces y herramientas didácticas. Entre los apartados que nos pueden resultar más interesantes para nuestro trabajo destacamos:

Pangea

<http://www.pangea.org/pangeaes.html>

Pangea es la página de una ONG que tiene como objetivo facilitar la comunicación a las personas y colectivos sin ánimo de lucro que trabajan por el cambio, la justicia social, la paz, la educación, el medio ambiente, la cooperación,... tratando de romper las diferencias norte-sur y de género.

En ella se puede acceder a campañas, listados de ONGs, materiales, convocatorias, otras webs y la revista Pangea.

Entrecultures

<http://www.entrecultures.org/home.htm>

Esta web también ofrece multiplicidad de recursos, enlaces, convocatorias, materiales, etc. en torno a las temáticas de la educación para la paz, el desarrollo y la interculturalidad.

Finalmente, referimos una serie de revistas on line que también pueden ir acercándonos otras imágenes del Sur:

Revista del Sur

(http://www.redtercermundo.org.uy/revista_del_sur/)





M^a AMOR PÉREZ RODRÍGUEZ

Alternativas Sur
(<http://www.fuhem.es/cip/altersur.htm>)

Revista El Sur (http://www.navalur.com/campus_navalur/raton_solidario/solidarizando/img/SUR12.pdf)

Mercosur
(<http://www.merco-sur.net/>)

Estesur/ Noticias de Chiapas
<http://www.estesur.com/>

Global Media Journal
<http://gmje.mty.itesm.mx/moreno.html>

REFERENCIAS

- HAMELINK, C. (1981): *La aldea transnacional. El papel de los trusts en la comunicación mundial*. Barcelona, Gustavo Gili.
- HOPENHAYN M. (2004): «Orden Mediático y Orden Cultural: Una ecuación en busca de Resolución», en *Pensar iberoamerica, Revista de Cultura*, nº 5; en <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric05a02.htm>.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2004): «Medios y culturas en el espacio latinoamericano», en *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*, 5; en <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric05a01.htm>
- McBRIDE, S. (Coord.) (1980): *Un solo mundo, voces múltiples*. México, Fondo de Cultura Económica.
- PÉREZ RODRÍGUEZ, M^a Amor (2005): «Cómo representan los medios el Sur. Cómo leer las imágenes del Sur», en *Curso Educación para el Desarrollo: Medios de comunicación y educación para el desarrollo*. Material para el curso on line. Fundación Ayuda en acción.
- PÉREZ RODRÍGUEZ, M^a Amor (2004): *Los nuevos lenguajes de la comunicación. Enseñar y aprender la competencia mediática*. Barcelona, Paidós.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (2000): «El desarrollo de la sociedad de la información del paradigma de la cultura de masas al de la cultura multimedia», en PÉREZ TORNERO, J.M. (Comp.): *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Barcelona, Paidós; págs. 17-34.

