

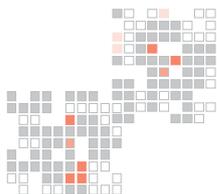
# LA COMUNICACIÓN Y EL NUEVO MUNDO POSIBLE: LOGROS Y TENDENCIAS

A COMUNICAÇÃO E O NOVO MUNDO POSSÍVEL:  
REALIZAÇÕES E TENDÊNCIAS

COMMUNICATION AND POSSIBLE NEW WORLD:  
ACHIEVEMENTS AND TRENDS

**Juan Díaz Bordenave** (*in memoriam*)

■ Nacido en Encarnación, Paraguay, estudió Agronomía en la Escuela Nacional de Agricultura de Casilda, Argentina, ampliando estudios en Estados Unidos, donde curso un master de Periodismo Agrícola en Universidad de Wisconsin (1955). Se doctoró en Comunicación en la Michigan State University (1966). Trabajó como especialista en comunicación agrícola en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (1956-80). En 2002 retornó a Paraguay, donde fue nombrado rector de la Universidad Teko Arandú. Consultor Internacional en Comunicación y Educación, era considerado uno de los padres del pensamiento latinoamericano de la comunicación. Falleció en Rio de Janeiro, el 22 de noviembre de 2012. Autor de una decena de libros, entre los que destacan: Estrategias de enseñanza-aprendizaje, Comunicación y sociedad, Participación y sociedad, Planificación y comunicación, Qué es la comunicación rural, Alem dos meios e mensagens, Educación a distancia: fundamentos y métodos, Educación rural en el tercer mundo, Communication and rural development.



## RESUMEN

La propuesta consiste en rescatar el lema “Otro mundo es posible”, entender cómo los periodistas pueden contribuir a esta construcción. El supuesto es que el modelo de capitalismo se está derrumbando y la humanidad está en busca de un nuevo modelo. Así, los efectos devastadores están indicados para algunos adversarios históricos se señaló. Este artículo aborda las condiciones del modelo de cambio y el rendimiento de la comunicación, defendida como un reto para contribuir a la construcción de un mundo nuevo. Según Paulo Freire, la comunicación se convierte en herramienta de conocimiento y si otro mundo es posible, una comunicación más democrática también es posible.

**PALABRAS CLAVE:** COMUNICACIÓN; CAPITALISMO; DEMOCRACIA; DESARROLLO; ÉTICA.

## RESUMO

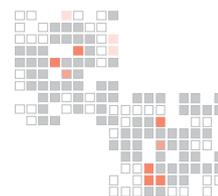
A proposta é resgatar o lema “Um outro mundo é possível” para compreender como os jornalistas podem contribuir para essa construção. O pressuposto é que o modelo do capitalismo está desmoronando e a humanidade está à procura de um novo modelo. Assim, os efeitos devastadores são indicados para que alguns adversários históricos sejam apontados. O texto aborda as condições do modelo de mudança e da atuação da comunicação, defendida como um desafio para contribuir para a construção de um novo mundo. Segundo Paulo Freire, a comunicação torna-se ferramenta de conscientização e, se um outro mundo é possível, uma comunicação mais democrática também é possível.

**PALAVRAS-CHAVE:** COMUNICAÇÃO; CAPITALISMO; DEMOCRATIZAÇÃO; DESENVOLVIMENTO; ÉTICA.

## ABSTRACT

The proposal is to rescue the slogan “Another world is possible” to understand how journalists can contribute to this construction. The assumption is that the model of capitalism is collapsing and humanity is looking for a new model. Thus, the devastating effects are indicated for some historical adversaries are pointed. This paper addresses the conditions of change model and the performance of communication, defended as a challenge to contribute to building a new world. According to Paulo Freire, communication becomes awareness tool and if another world is possible, a more democratic communication is also possible.

**KEYWORDS:** COMMUNICATION; CAPITALISM; DEMOCRACY; DEVELOPMENT; ETHICS.



*Estamos en los albores de una era nueva y desconocida en los anales humanos. Todo lo que va a salir de este continente es distinto de lo conocido hasta ahora. Guardémonos de rodear la causa de un mundo que nace, con las leyes de un mundo que se va* (Juan Bautista Alberdi).

## 1. Introducción

“Otro mundo es posible” es el inspirador lema de los Foros Sociales que se iniciaron en América Latina y que ahora se realizan en muchas regiones. Para nosotros, los comunicadores, es importante entender cómo podemos contribuir a la construcción de ese nuevo mundo posible.

En efecto, el viejo modelo civilizatorio del capitalismo europeo se está desmoronando ante nuestros ojos atónitos y la humanidad está buscando un modelo que lo sustituya.

¿Por qué es necesario un nuevo modelo civilizatorio? Simplemente porque los beneficios que el capitalismo sostiene haber proporcionado a la humanidad, aliado con la ciencia y la tecnología, se han visto superados peligrosamente por los daños y perjuicios causados a la vida humana y social, así como al hábitat natural del hombre.

En efecto, el motor central del capitalismo, que es *el lucro y la acumulación de capital*, ha producido efectos devastadores, tales como:

- la admisión, como naturales, de las guerras de conquista, las invasiones coloniales, la esclavitud, el armamentismo y la industria bélica
- la mercantilización de la vida humana, de la naturaleza y hasta de la religión
- la manipulación de las necesidades humanas para canalizarlas al consumismo y el hedonismo
- la exacerbación de la competitividad, lo que ha llevado a explotar la mano de obra, al espionaje industrial, la destrucción de los sindicatos, la reducción de los beneficios sociales, la compra de jueces y funcionarios

públicos, la corrupción policial

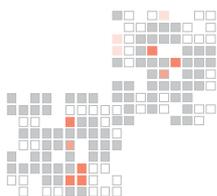
- la depredación del medio ambiente, la destrucción de los bosques y de la biodiversidad, la desertificación, la lluvia ácida, el calentamiento global
- la implantación de dictaduras y de tratados internacionales, como el ALCA, favorables al poder ilimitado de las empresas multinacionales

La creciente decadencia del capitalismo se ha puesto en evidencia con su alianza espuria y paradójica con su enemigo histórico, el comunismo. En efecto, China se ha convertido en la tabla de salvación del capitalismo y sólo nos resta saber hasta cuándo durará esta alianza y quién vencerá en la confrontación final que tarde o temprano entablarán entre sí los actuales aliados.

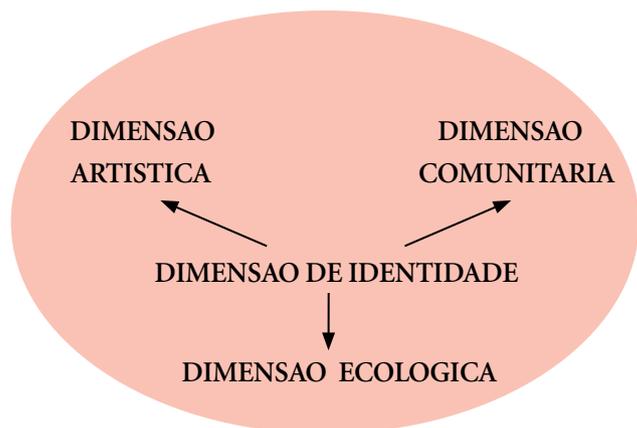
No estamos satisfechos con nuestro actual modelo de desarrollo y queremos avanzar hacia un modelo con un mayor respeto por nuestra humanidad y nuestro hábitat, así que creo que nuestras prioridades deben ser otras medidas, como las siguientes:

a. La modificación del concepto del ser humano como un ser puramente racional e individualista. Yo propongo que pensemos en un concepto con varias dimensiones existenciales importantes:

1. identidad, es decir, la unidad de nosotros mismos, de modo que estemos dentro de la autenticidad y la libertad;
2. trascendencia, convirtiéndonos hacia el mundo de los espíritus, el misterio de Dios, nuestro Creador;
3. comunitaria, la comunión con los demás seres humanos;
4. integración ecológica, con la naturaleza y el cosmos, de la cual y sobre la que volveremos;
5. admiración artística de la belleza en todas sus manifestaciones, la creación de obras de arte que expresan ideas y sentimientos.



## DIMENSAO TRANSCENDENTAL



b. Congruente con esta idea del hombre, tenemos que cambiar nuestro concepto de desarrollo como un proceso centrado en aumentar la producción y el consumo ilimitado de bienes materiales. Yo propongo que pensemos en el concepto de desarrollo como la realización del potencial humano para la integración con Dios y con la naturaleza, la fraternidad y la comunión, a la belleza y la felicidad.

c. El nuevo concepto del hombre conduce a una nueva concepción de la política y la práctica. El concepto de orden se debe cambiar para que la motivación actual como centro del poder sea remplazada por un compromiso con el servicio. La competencia debe ser moderada en función de la fraternidad exclusiva de la cooperación, y la inclusión. Este cambio requiere la extensión de la democracia representativa para convertirse en democracia participativa, que no elimina la primera, pero legitima el papel del pueblo político permanente, a través de nuevos canales institucionales de participación que aún no se han inventado y utilizado.

d. El nuevo concepto del hombre requiere cambio de relación con la tierra y la naturaleza. No sólo para ser transformada la estructura agraria, en la que sólo el 2% de los propietarios tienen el 85% de la tierra. La agricultura debe ser vista no sólo como

una empresa comercial fría y utilitarista, sino como una forma de vida, una cultura profundamente humana y comunitaria.

e. El nuevo concepto del hombre exige también la educación pública universal, gratuita y de calidad, para hacer posible el protagonismo y dar lugar a una ciudadanía preparada para la democracia participativa y el desarrollo sostenible.

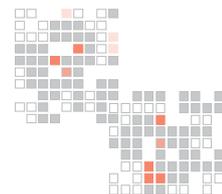
f. En el nuevo contexto de una sociedad sin capitalismo, definitivamente se puede abolir la guerra, la industria de las armas, la carrera armamentista y el militarismo, es posible sustituir el servicio militar obligatorio por un servicio de desarrollo de la solidaridad civil.

## 2. Los adversarios históricos

La expansión mundial del capitalismo, hasta ahora exitosa, y de su estrategia más reciente de conquista, la globalización del neoliberalismo, ha sido posible gracias a la victoria de su modelo civilizatorio sobre los propuestos por tres importantes adversarios históricos: las creencias de las grandes religiones universales, las tradiciones de los pueblos originarios y las teorías políticas “de izquierda”.

En efecto, tanto el judaísmo como el cristianismo y el islamismo, sin olvidar el hinduismo, el taoísmo, el budismo, el confucionismo, la creencia Bahai, y otras religiones, desde tiempos remotos vienen defendiendo la supremacía de lo espiritual y trascendente sobre el materialismo, así como del amor y la compasión sobre el egoísmo y la explotación del hombre por el hombre.

Por su parte, los pueblos originarios como los guaraníes, los quechuas y los aymaras, entre muchas otras etnias, rigen sus vidas, no por el lucro y la acumulación, sino por el “tekopora”, la Pacha Mama, el buen vivir. Sus creencias y prácticas giran alrededor de la unidad de los hombres entre sí, con la divinidad y con la naturaleza. En el seno de nuestros pueblos ancestrales se practica la eco-



## Pero para poder imponer al mundo esos mitos protectores de la Gran Mentira, el capitalismo necesitó la alianza de los medios de comunicación social.

nomía solidaria (el “jopoi” guaraní) y la vida de cooperación comunitaria se sobrepone al egoísmo individualista.

El capitalismo ha sido también combatido por ideologías político-sociales como el anarquismo, el socialismo, el personalismo, la socialdemocracia, la democracia cristiana, el solidarismo, etc. Por diversas razones sociohistóricas, estas ideologías no llegaron a proponer modelos civilizatorios esencialmente radicales en relación con el capitalismo, a cuyo arrollador empuje continúan resistiendo.

### 3. Los disfraces de la gran mentira

Al capitalismo nunca le faltó ingenio para imponerse al mundo. Uno de los artificios mejor sucedidos es la creación de *mitos* que, por su simplicidad y por apelar a los instintos y deseos de la mayoría de los seres humanos, han llegado al punto de presentarse como *valores universales*. Entre dichos mitos se encuentran, por ejemplo: *la superioridad occidental, el progreso, el desarrollo, la eficiencia, la racionalidad, la objetividad de la ciencia, la productividad, la supremacía de la tecnología, la competitividad, la realización personal individual, el éxito, la espectacularidad, la exclusividad, el privilegio, el poder personal y corporativo, el carácter sagrado de la propiedad privada, la identidad entre capitalismo y democracia, el libre comercio*, y muchos otros.

Pero para poder imponer al mundo esos mitos protectores de la Gran Mentira, el capitalismo necesitó la alianza de los medios de comunicación social. Y de los sistemas educativos. En el caso de los medios, dicha alianza fue conseguida con la sustitución del carácter educativo y cultural de los medios por el carácter comercial y de entretenimiento, y por la aceptación oficial de la diferencia de funciones: es decir, no se le puede exigir a los

medios comerciales que también sean educativos y culturales, finalidad que queda restringida a los medios específicamente educativos y culturales.

### 4. Las condiciones del cambio de modelo

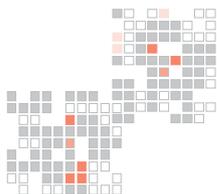
Para que la comunicación contribuya eficazmente al nuevo modelo civilizatorio en nuestro continente, es preciso que América Latina consiga vencer dos grandes obstáculos, uno de carácter epistemológico y otro de índole ético-social:

#### 4.1. La epistemología colonial

La conquista de nuestro continente por los europeos significó la imposición de una visión racionalista del mundo y de la vida, heredada de los griegos y adoptada por los grandes filósofos de la época. Descartes afirmaba: “Pienso, luego existo”. Pero la epistemología indígena afirma “Pienso, siento y actúo, luego existo”. El antropólogo indígena ecuatoriano Roberto Ferreira Arias, acuñó el término “CORAZONAR”, uniendo las palabras “corazón” con “razonar”.

¿Tiene alguna importancia esta diferencia en las respectivas teorías del conocimiento? Si evaluamos los efectos históricos del racionalismo, comprobamos que el mundo occidental ha cometido crímenes enormes en nombre de la razón, tales como, por ejemplo:

- la matanza de indios y la represión de la lucha por la independencia
- el tráfico de esclavos africanos
- la muerte de 100.000 japoneses con una sola bomba en Hiroshima
- la implantación de dictaduras favorables al capitalismo
- el patentamiento de plantas y hasta de microbios



- la omnipotencia de las empresas multinacionales y el fallido intento de legitimar el imperialismo mediante el ALCA

Inclusive el capitalismo ha inventado programas racionalistas supuestamente basados en el sentimiento humanitario tales como la Alianza para el Progreso, el Cuerpo de Paz, la asistencia sanitaria de militares norteamericanos a la gente pobre de nuestros países, el Programa de Alimentos para la Paz, programas que, si se los analiza crítica y objetivamente, responden a una racionalidad pragmática cuyo fin es conquistar corazones y mentes, de modo a favorecer la penetración del poder norteamericano.

#### 4.2. La ética social

En la perspectiva de un nuevo mundo posible, debemos aprender de la Revolución Francesa. Ella levantó tres grandes banderas: la **Libertad**, la **Igualdad** y la **Fraternidad**. La historia posterior nos muestra como las dos primeras banderas se convirtieron en herramientas políticas y mucha gente luchó y murió por ellas. Pero la Fraternidad fue relegada al ámbito personal y a las virtudes religiosas.

Eso tuvo como consecuencia la degeneración de la Libertad y de la Igualdad. Sin la fraternidad, la libertad y la igualdad se volvieron pretextos para tiranías y crueldades sin fin. Al excluir la fraternidad, por ejemplo, las ideas humanitarias de Marx terminaron en la masacre de campesinos por Stalin

Pero no solamente las tres banderas de la Revolución Francesa son vitales para el nuevo mundo posible. En una conversación con Leonardo Boff, el teólogo brasileño de la liberación, nos decía: “La humanidad está recuperando tres grandes realidades que había olvidado: **la tierra, la mujer y lo sagrado**”. Por la tierra Leonardo entendía la naturaleza, la ecología, el hábitat humano. Por la mujer, Leonardo se refería a los aspectos femeninos de los seres humanos, como el afecto, la compasión,

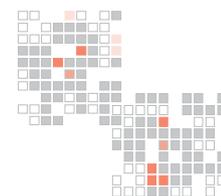
el cuidado, la intuición, la entrega. Y por lo sagrado, Boff significaba la trascendencia, el misterio, lo sobrenatural, la presencia de un Ser Superior que nadie vio ni conoce pero que muchos sentimos que existe, que nos ama y que nos ayuda a ser más humanos.

Lo que deseo decir es que consideraciones de una naturaleza menos económica, menos material y menos utilitaria no pueden faltar en nuestro nuevo proyecto de mundo.

#### 5. El papel de la Comunicación

Hubo un momento en que nuestro continente fue un pionero en el uso de la comunicación mundial para el desarrollo nacional. Bolivia, por ejemplo, tenía las radios mineras y valientes, todavía tiene un gran número de emisoras de radio educativas, hasta el punto de que Erbol, la asociación creada por ellos, cubre todo el país con programas en quechua, aymara, guaraní y españoles. En Colombia, las estaciones de Acción Cultural Popular (ACPO) tenían la mitad de la potencia de radio de aquel país. En Brasil, el Movimiento de Educación de Base (MEB), abrió nuevos caminos en el uso de la comunicación para “concientización” y la “politicización” ya que las piezas son de cambio social. En todos los países de América Latina florecieron formas de comunicación alternativa con el periódico y el teatro popular, el cassette-foro, video polémico, y varios otros medios de comunicación se centraron en la educación popular.

Pero el tiempo ha pasado y ahora en América Latina, en los alrededores de las estaciones de radio comunitarias y algunos medios de comunicación públicos, la democratización de la comunicación es algo más que un sueño utópico. Los medios de comunicación son en gran parte de naturaleza comercial, pero todavía se resiste, como en Argentina, Brasil y Uruguay, con tímidos avances de la legislación que apunta a democratizar. La comunicación pública está empezando a desarrollarse como una promesa brillante. En Paraguay, la gente se acercó



para defender la televisión pública en ciernes al reciente golpe político que derrocó al presidente Fernando Lugo.

Entonces la pregunta es, ¿por qué la comunicación sigue siendo vista en América Latina como un problema sin solución? En mi opinión, el capitalismo neoliberal tuvo su intención. Es decir, que nuestras comunicaciones no deben ser consideradas como un público de explotación comercial sellada, sino como un producto producido por una industria lucrativa. Esta es la misma lógica que explica lo que sucede con la educación, la salud, el abastecimiento de agua, etc. Por lo tanto, cualquier presión oficial o popular dirigida a democratizar o regularla en beneficio de las personas son acusadas de atentado contra la libertad de expresión, la violación de la democracia, el socialismo del siglo XXI, etc.

No se tiene en cuenta, por ejemplo, en Finlandia y en otros países europeos nórdicos, no hay escuelas y colegios privados ni universidades privadas porque toda la educación es pública y de excelente calidad. Resulta que el capitalismo neoliberal ha tenido éxito en la introducción de la opinión pública afirmando que el Estado es siempre ineficiente y la empresa privada, el mercado, es el único capaz de gestionar bien los procesos sociales importantes.

En este marco y estado actual, es evidente que la comunicación está lejos de contribuir a la construcción de una nueva civilización a un modelo más justo y humano. En primer lugar, se trata de un proceso que debe ser equivalente al enriquecimiento del diálogo, la participación y cultural de todas las personas, pero que funciona al servicio del poder y la dominación de unos pocos sobre la sociedad entera.

Citemos aquí, por ejemplo, el patrón de concentración de la propiedad de los medios de comunicación en los Estados Unidos de América, país que se presenta como un modelo de sociedad democrática. En Estados Unidos, sólo cinco empresas controlan casi todas las fuentes de la comunicación (85%). Del mismo modo, sólo

cinco empresas productoras musicales (Universal, BMG, Sony, Warner y EMI) controlan el 84,4% del mercado de los EE.UU. En el área de distribución de señales de cable también están sólo cinco empresas que se encargan de la difusión de la programación de la nación.

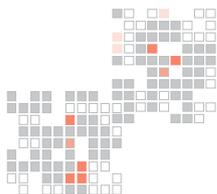
Aún más radical es la radio histórica y útil, que antes de su liberación por el Gobierno que contaba con el mayor conglomerado de emisoras nacionales con la integración de los menores de 75 estaciones. Hoy APENAS una empresa es propietaria de más de 1200 estaciones.

*Hoy en día, en la mayoría de los mercados, las dos emisoras más grandes controlan el 74% de los billetes en ese mercado. En conjunto, sólo cuatro compañías controlan el 90% de todos los billetes de publicidad del país. La propiedad de los periódicos también se está concentrando. En la actualidad hay 600 periódicos en los EE.UU. menos de 80 años, y 10 compañías controlan la mitad de la circulación en todo el país. Hay 20 editores de periódicos importantes en los EE.UU. La película de 10 estudios en la parte superior de la lista de entradas para recibir 99% de ellos. Las 10 mayores compañías de cable consiguen el 86% de todas las entradas de cable (Lessing apud Vigil, 2010).*

Como se ha señalado, la concentración es similar a lo que ocurre en Brasil. En Paraguay, según Diego Segovia, ocho grupos empresariales son los propietarios de los sistemas multimedia (prensa, radio y televisión) de toda la nación.

## **6. El inmenso poder de la comunicación**

Para los comunicadores en general, y para los investigadores de la comunicación en particular, constituye un serio desafío definir cómo contribuir a la construcción del nuevo mundo posible, teniendo en cuenta el enorme poder que ejerce este proceso de interacción social realizado mediante signos y medios. Recordemos que, además



de proceso humano universal, la comunicación constituye también un arte, una tecnología, un sistema institucional y una ciencia social. Cada una de estas dimensiones comprende vastos y variados procesos, todos ellos necesitados de investigación para hacer posible su eficacia en la construcción del nuevo modelo civilizatorio.

Recordemos también que la comunicación en sí misma es un proceso neutro que puede ser utilizado para decir la verdad o para mentir, para construir o para destruir, para juntar o para separar, para educar o para deseducar. En manos del Profesor Paulo Freire, la comunicación se vuelve instrumento de concientización; en manos de muchos presentadores de televisión se vuelve promotor todopoderoso del consumismo y avanzada del capitalismo. Críticos de los programas infantiles de la presentadora brasilera Xuxa le atribuyen la función de convertir a los niños de hoy en los consumidores de mañana. Las facultades de comunicación forman personas orgánicamente funcionales para los medios comerciales, pero también forman personas para los medios públicos y comunitarios.

El hecho es que en la actualidad los medios de comunicación multiplican por millones los espectáculos de pan y circo de la Antigua Roma y no tienen ya límites sus formas de conseguir **rating** y lucros. Promueven el infantilismo, la frivolidad y la irracionalidad, ¿qué otro efecto podría tener, por ejemplo, la publicación de horóscopos diseñados por astrólogos improvisados, que la población ingenua y desorientada toma como pauta de comportamiento, como si tuvieran el más remoto carácter científico? Disfrazan la venta de prostitución en anuncios de casas de masajes, destruyen reputaciones y, en general, promueven la creación de falsas necesidades.

**Si creemos que otro mundo es posible tenemos que creer también que otra comunicación es posible.** No tengo la menor autoridad para indicar prioridades de la investigación, aparte de aquellas que lleven a desmontar los monopolios y oligo-

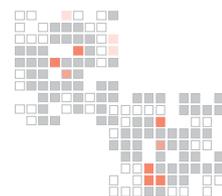
polios comunicacionales, nacionales e internacionales, que favorezcan la democratización de la comunicación y la construcción de la democracia participativa, en sociedades soberanas en donde imperen la libertad, la igualdad y la fraternidad.

Todos estamos cansados de saber que la comunicación tiene el poder de influir en las mentes y los corazones de la gente. Sin embargo, cuando este poder se manifiesta directamente en nuestras vidas, no es que nos damos cuenta de que esto puede ser para bien o para mal. Para decir la verdad o engañar, para motivar a las personas a actuar o a su desmovilización.

## Todos estamos cansados de saber que la comunicación tiene el poder de influir en las mentes y los corazones de la gente

Para ilustrar lo que siento, a continuación, narraré una experiencia que mi familia vivió y nos enseñó el inmenso poder de la comunicación. Mi hijo Chico Díaz, actor brasilero de óperas de jabón, comenzó a actuar en la telenovela “Mandala” de la Red Globo de televisión, interpretaba a Rafael que era un joven trabajador en una fábrica de juguetes, líder sindical que consiguió un ataque exitoso contra las fuerzas hegemónicas a partir de una huelga. Por lo que sé, el entonces presidente José Sarney llegó a llamar al Dr. Roberto Marinho, propietario de la Red Globo, para decirle el peligro de que el éxito de la huelga Mandala-novela podría tener para la realidad brasilera. El acto podría ser imitado por otras empresas en todo el país. Así Sarney pidió que se diera una manera de terminar con esta situación y el Dr. Roberto Marinho prometió resolver el problema.

Días después veo a Chico triste y le pregunto la razón me responde: “Padre, no vas a creer, pero yo estaba memorizando el próximo capítulo de la novela y me doy cuenta de que mi personaje muere, es decir, Rafael es asesinado”. Toda la familia vio el



siguiente capítulo de la novela y vio como un grupo de asesinos espera Chico (Rafael) en la parte posterior del trabajo y luego lo asesinan en el baño de su casa. Mi esposa, la madre de Chico, no podía soportar la escena y salió de la habitación desesperada.

Consecuencia práctica: la Red Globo pagó el contrato a tiempo completo que Chico había firmado por la novela sin que él tenga que volver a trabajar. Con la muerte de Rafael terminó la huelga.

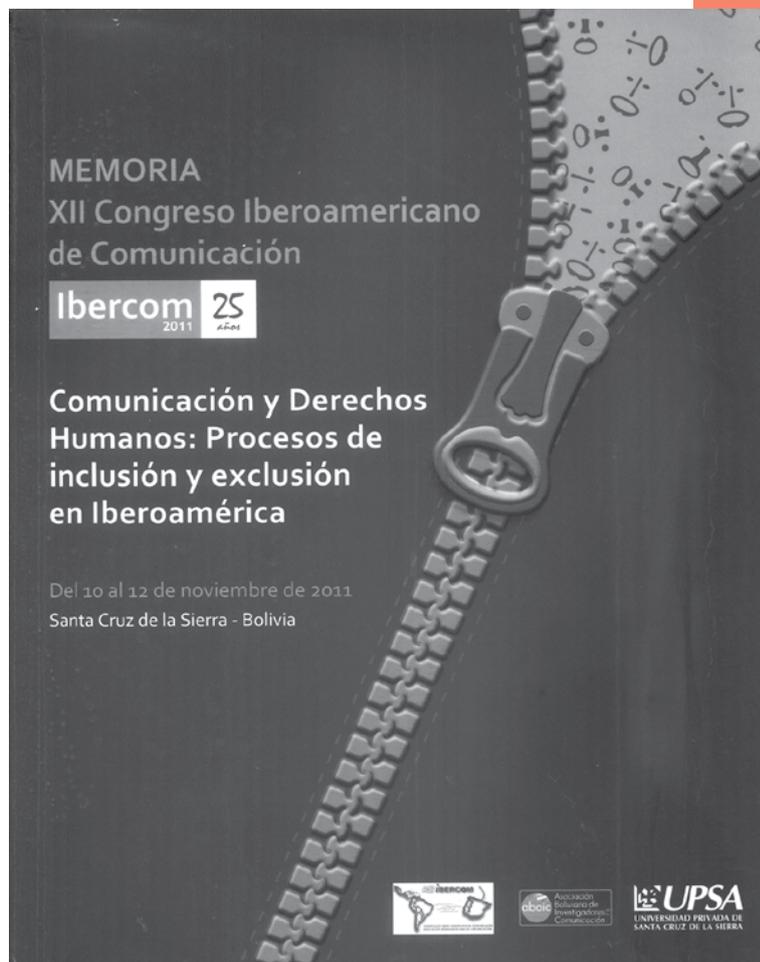
## 7. Conclusión

Comunicación, como el aire que respiramos y el agua que bebemos, es un bien público, un tesoro que Dios nos ha dado para relacionarnos con los demás, para construir el uno del otro, que nos amemos y ser plenamente humanos. No puede ser una mercancía que se compra y se vende, o un instrumento de poder y de dominación de unos sobre otros.

Así que nosotros, los periodistas, tenemos que recordar que somos los propietarios efectivos de un arma poderosa que puede influenciar los corazones y las mentes de millones de personas. Más que eso, es importante que recordemos para quién y para los que estamos trabajando ¿qué tipo de persona somos que ayudamos a construir ese tipo de sociedad? ¿qué modelo de civilización vamos a dejar a nuestros hijos y nietos?

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORDENAVE, Juan Díaz. *Communication and Rural Development*. Paris: UNESCO, 1979.
- BORDENAVE, Juan Díaz. *La Comunicación y el Nuevo Mundo Posible*. Discurso inaugural del XI Congreso de ALAIC, Montevideo, 2012.
- VIGIL, José Ignacio. *Libertad de cultura*. In: GUMUCIO, Alfonso; HERRERA, Karina (Coord.), *Políticas y Legislación para la radio Local en América Latina*. La Paz: Plural Editores, 2010.



**IBERCOM 2011: Memoria do XII Congresso Iberoamericano de Comunicación, Santa Cruz de la Sierra, Bolívia, 2012, 216 p.**

Esse livro reúne os trabalhos apresentados no XII Congresso Iberoamericano de Comunicación, promovido pela Associação Ibero-Americana de Comunicação (Assibercom), pela Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (Aboic) e pela Fundación Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (Upsa). O congresso aconteceu entre os dias 10 e 12 de novembro de 2011, em Santa Cruz de la Sierra, na Bolívia, marcando os 25 anos dos “Encontros Ibercom”, cuja primeira edição foi realizada em 1986, pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em parceria com a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)