

COMUNICACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA ARGENTINA POSNEOLIBERAL Propuestas para una práctica profesional políticamente situada

*Daniela Paola Bruno
Universidad Nacional de La Plata / Universidad de Buenos Aires (Argentina)*

Más allá de las notables diferencias entre los gobiernos latinoamericanos democráticamente electos en el último decenio, verificamos una tendencia regional a reposicionar al Estado como “actor fundamental de la regulación del mercado, la promoción del desarrollo y el bienestar social, operando directa o indirectamente en sectores considerados clave para el logro de esos fines y una articulación más equilibrada en los escenarios internacionales” (Vilas; 2011; 11).

Esta revalorización, frecuentemente aludida como “la vuelta del Estado” y “la vuelta de la política” en contraposición a la supuesta “retirada del Estado” acontecida durante los dos últimos decenios del siglo pasado (1), nos invita a reflexionar sobre la gestión de procesos comunicativos y su actual aporte a las políticas públicas.

Cuando se alude a este binomio –comunicación y políticas públicas– lo habitual es que el planteo se circunscriba al diseño, implementación y evaluación de políticas nacionales de comunicación –entendidas como políticas de medios– o bien a la comunicación institucional de la administración pública (la gestión de la imagen pública de un organismo, la publicidad de los actos de gobierno, etc.).

Aunque indudablemente esto hace a lo fundamental del trabajo de los/as comunicadores/as en el Estado y lo público, no siempre se comprende a la comunicación como perspectiva de abordaje y dimensión estratégica de la gestión para, además, transformar la cultura organizacional de la administración pública, mejorar las interacciones con sus interlocutores y públicos de interés, incrementar la participación ciudadana en las políticas públicas y ampliar la base de sustentación social de un proyecto político transformador.

Politizar la comunicación

Coincidimos con Juan Camilo Jaramillo López en que el aporte de la comunicación a las políticas públicas –y no a las políticas gubernamentales (2)– consiste sobre todo en favorecer “la construcción de escenarios de encuentro, concertación y participación para la creación de consensos y propósitos colectivos” (2004).

Pero esta reivindicación del pluralismo y de necesaria apertura del debate sobre los cursos gubernamentales de acción no debería llevarnos a soslayar la desigual distribución del poder de incidencia de los actores sociales en lo público. Como señala Carlos Vilas “el ciclo de la política pública no se caracteriza por una pluralidad casual sino profundamente estructurada donde la estructura socioeconómica y el poder difícilmente se encuentran separados” (2011; 115).

Consecuentemente, la apertura de un debate plural sobre los cursos gubernamentales de acción debe ser edificada sobre la base de genuinas condiciones y oportunidades para que

actores históricamente excluidos de estos espacios puedan expresarse en condiciones legítimas de enunciación. Aun asumiendo un paradigma de intervención en el que los y las comunicadores/as seamos coordinadores procesuales del diálogo de saberes para la toma de decisiones (Villamayor; 2006; 9) esto no nos debe hacer perder de vista que esas decisiones son necesariamente políticas cuando de lo público se trata, y que la política es lucha y confrontación de intereses, y no un proceso de construcción discursiva de consensos entre iguales, mucho menos en escenarios de intensa conflictividad como los de nuestras democracias actuales.

Intervenir en el Estado y lo público desde la comunicación no es observar la realidad con ojos científicos porque a la ciencia le interesa la comprensión sin relación directa con la acción. En todo caso se asemeja a aquello que Carlos Matus denominó explicación situacional o cálculo tecno político del juego social, donde interesa particularmente la perspectiva de los actores, pero no por su valor para explicar la conducta humana sino por su valor político puesto que “podemos ser oponentes y hasta enemigos pero estamos juntos en la construcción de la eficacia e ineficacia de nuestros planes” (Matus; 2008).

En esa explicación el analista está dentro y no fuera de escena. Lo estratégico del enfoque alude a la importancia otorgada a la apreciación o explicación situacional (Matus; 2007) que el sujeto realiza “desde adentro” de la circunstancia, como activo participante comprometido por motivaciones, valores, creencias y razones con la situación. Esta toma de posición diferencia al hombre y la mujer de acción del investigador científico que concluye “desde afuera”. El conocimiento científico técnico constituye uno de los componentes del proceso de conocimiento de la realidad situacional que analiza pero no el único. Otros componentes serán las motivaciones, las creencias, la ideología, etcétera, que ingresan en el análisis situacional como valores, intencionalidades probables, capacidades de acción, que otorgan sentido a las acciones propias y a las de los demás.

Por ello el análisis situacional o la evaluación de las intervenciones comunicacionales de apoyo a políticas públicas no pueden no contemplar su correspondencia con el diseño político más amplio, su aporte a la agenda integral de gobierno y al fortalecimiento o ampliación de la base de sustentación social del gobierno que la propicia. Se trata de un delicado equilibrio o tensión productiva que a la vez que abre a la dinámica participativa consolida una relación de fuerzas que dote al Estado de una relativa autonomía de los poderes fácticos.

Como señala Jesús Martín-Barbero (2002) trabajar en esa trama con una intencionalidad transformadora implica asumir la cultura como campo primordial de la batalla política lo que nos invita a poner especial atención en los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación de poder, y en la propia trama cultural y comunicativa de las prácticas políticas. A los efectos de posicionar la comunicación como dimensión estratégica de toda gestión es fundamental que parte de la información para la toma de decisiones de política pública sea relativa a la representación social (incluyendo la mediática) de los problemas sociales; y a los resultados del monitoreo y evaluación de las intervenciones en comunicación (campañas, talleres, abogacía en medios, etc.). Para ello es indispensable promover la

accesibilidad de los decisores a estudios descriptivos y analíticos que focalicen en una dimensión poco explorada: la comunicacional/cultural (CIPyC 2010; b).

Hablamos de: estudios sobre la construcción mediática de los problemas sociales; investigaciones acerca de la información que maneja la población sobre un determinado problema social; estudios sobre las barreras culturales para la accesibilidad a servicios sociales básicos o sondeos de la opinión de la población sobre la atención; mapas de medios de comunicación, actores, redes o relaciones, y territorios que colaboren en la posterior convocatoria al trabajo intersectorial insoslayable en el diseño de proyectos de trabajo consensuados; entre otros posibles.

La otra asignatura pendiente refiere a la accesibilidad de la ciudadanía a información adecuada respecto de los avances, logros y desafíos de la gestión. Con frecuencia la información relativa a la gestión de gobierno se focaliza en la proyección pública de la máxima autoridad sin garantizar mecanismos formales y periódicos de información ni mecanismos de escucha y receptividad del ciudadano/a para que sus planteos y demandas sean utilizados como elementos de juicio para la formulación de políticas.

Es indispensable resituar la tradicional “prensa institucional” en el contexto de sociedades massmediatizadas como las nuestras, donde lo público está cada vez más contenido en la circulación mediática de mensajes, información y opinión. La información oportuna y de calidad difundida a través de medios masivos de comunicación está íntimamente relacionada con hacer efectiva la participación ciudadana y se presenta cada vez con mayor contundencia como un criterio para evaluar la vitalidad democrática de las instituciones de gobierno y la democracia (Jaramillo López, 2004).

La información debe ser socializada para que a partir de ella los ciudadanos/as y la sociedad puedan tomar decisiones, movilizarse, crear condiciones de igualdad y realizar el derecho fundamental del ciudadano a estar suficientemente informado (Jaramillo López, 2004). Es desde esta concepción de información pública que hay que repensar las tareas de prensa para reorientarlas hacia el objetivo de promover el abordaje adecuado y responsable de temas públicos prioritarios por parte de los periodistas y formadores de la opinión pública. Pero ¿cómo debemos pensar esa interlocución entre las agendas ciudadanas, las agendas mediáticas y las agendas políticas en un contexto como el regional actual?

Durante el neoliberalismo los medios masivos de comunicación y las NTIC se nos presentaron como actores estratégicos y potenciales aliados para instalar y promover abordajes responsables sobre temas públicos, pero ¿hasta qué punto es posible hoy abogar por enfoques adecuados con estos medios que se revelan descarnadamente como actores económicos y políticos concentrados? La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) provee un marco para el desarrollo de diversos actores comunicacionales, federalizando la comunicación a través de la participación regional y local, asegurando cuotas de contenidos de producción nacional y reservando un porcentaje del espectro radioeléctrico para organizaciones sociales, movimientos de los pueblos originarios, universidades, comunidad educativa y sindicatos. Como comunicadores debemos aportar a la construcción de

contenidos y estéticas, y fortalecer la sustentabilidad de experiencias populares. Sólo bajo esa condición es posible repensar la interlocución entre las agendas ciudadanas, las agendas mediáticas y las agendas políticas.

La comunicación como cuestión de grupos que conversan

Pero no basta con recuperar la intencionalidad política de nuestra práctica. Es necesario avanzar hacia una concepción de la comunicación como capacidad que requiere ser desarrollada por todos los equipos técnicos y políticos, y cogestores de lo público (y no sólo por el Departamento de Comunicación o su equivalente); aludiendo no sólo a su aspecto instrumental (el folleto, el afiche o la gacetilla) sino también procesual (los actores, los conflictos, las conversaciones, los acuerdos); necesariamente en sintonía con la trama cultural en la que están inmersos los actores sociales dentro y fuera del organismo estatal; y como ya se ha dicho, definitivamente política, es decir, reflexiva sobre la lucha por el poder y los contextos políticos e institucionales que pueden favorecer los procesos de cambio u obstaculizarlos.

Cada vez con mayor frecuencia aparecen en las programaciones de políticas sectoriales diversas (políticas de seguridad ciudadana, políticas sanitarias, políticas educativas, políticas de empleo, etc.) objetivos de comunicación referidos a: la comunicación para la coordinación interprogramática/intersectorial; la información a la ciudadanía para el ejercicio pleno de sus derechos; la promoción del diálogo intercultural; la instalación en la agenda mediática de debates sobre temas públicos; la incidencia en la agenda política de funcionarios y referentes (sociales, religiosos y sindicales) para sus convocatoria y movilización.

En todas ellas la comunicación subyace a los planteos programáticos operando por los menos en tres niveles diferenciados pero interconectados (3):

- a) el nivel de la política: donde se negocian los contenidos, los recursos y el sentido general de cualquier iniciativa de tal manera que la autoridad política la conozca, apoye su realización y contribuya a su buen resultado legitimándola y convocando a otros para que participen en ella;
- b) el nivel organizativo: donde mediante la construcción de espacios de encuentro y concertación, se activan redes de mediación y de concertación con formadores de opinión, comunidad universitaria, gremios, sindicatos, organizaciones sociales, etcétera;
- c) el nivel comunitario o social donde se ubican las acciones comunicativas que interpelan a la sociedad en general o grupos específicos con el fin de instalar temas y enfoques en la agenda mediática; y promover el diálogo y la coordinación multiactoral/multisectorial.

Aunque en efecto esta forma de entender la comunicación está emergiendo en la práctica aun está lejos de consolidarse como una tendencia. Un ejemplo de lo mucho que resta por hacer lo encontramos en un estudio recientemente realizado por la Coordinación Nacional de Información Pública y Comunicación del Ministerio de Salud de la Nación, a partir de la consulta a poco más de un centenar de comunicadores de los Ministerios Nacional y

Provinciales de ese sector. El estudio indica que: las tareas habituales de los y las comunicadoras se circunscriben a la producción de materiales informativos y educativos, la prensa institucional y el diseño de contenidos web. Las menciones a la articulación intersectorial, la abogacía e incidencia en decisores y formadores de opinión y agenda; o la mediación pedagógica de procesos de reorientación de los servicios fueron excepcionales (4). A pesar de las destacables y cada vez más frecuentes excepciones a la regla, podríamos arriesgarnos a concluir que cuando el Estado comunica en salud continúa emitiendo comunicados. Y esto aplica no sólo a los procesos de comunicación en la gestión de las instituciones de salud, sino, además, a los que se dan entre los equipos de atención con los usuarios/as y, al modelo de comunicación que subyace en el diseño de las actividades preventivo-promocionales. Aunque es notable el avance en la revisión del sesgo biomédico, individual y psicológico que hegemonizó el campo de la comunicación desde mediados del siglo pasado para prestar una mayor atención a los contextos sociales y culturales de los procesos de comunicación, aún persisten en la comunicación programática en salud enfoques lineales que parten del supuesto de “pocos emisores calificados y muchos receptores” (CIPyC; 2010; a).

Cuando en el marco del estudio antes mencionado se consultó a comunicadores/as de los Ministerios Nacional y Provinciales de Salud qué podía mejorar significativamente sus condiciones de trabajo, llamativamente los reclamos no fueron principalmente salariales o de infraestructura, sino mayor y mejor coordinación interprogramática, articulación intersectorial y trabajo en red de pares. También mejores condiciones y oportunidades para hacer visibles los resultados de las intervenciones comunicacionales ante los equipos técnicos y políticos. A partir de ello podríamos inferir que la tarea de los/as comunicadores/as es solitaria, aislada y poco reconocida. Puede que sí. Pero cabe preguntarse si esto que los y las comunicadores/as expresan y reclaman no es en todo caso el emergente de un tipo de organización –la estatal– que padece una fragmentación y una desarticulación históricas.

El posneoliberal es también un Estado desmantelado que interactúa con una sociedad civil (cada vez más profesionalizada, demandante y eficaz) y unos partidos políticos (erosionados en su capacidad de organizar demandas) diferentes, e influido por poderes fácticos de todo tipo que buscan vincularse con este sin mediaciones. Cualquier trabajador/a del Estado ha oído hablar de la metáfora de las capas geológicas, vestigios de sucesivas gestiones de gobierno que se superponen sin integrarse del todo porque es más fácil empezar de nuevo, hacer un punto y aparte, un borrón y cuenta nueva, que recrear e integrar. En efecto, la distribución del trabajo asignando problemas a subsistemas especializados permite reducir complejidad pero a la vez plantea el desafío de compatibilizar y armonizar las decisiones y actividades parciales. Los intereses y orientaciones de las personas o equipos a cargo condicionan distintos horizontes de relevancias (y de comprensión de los problemas).

Cada vez con más frecuencia, aunque no siempre de manera explícita, se delega en la intervención profesional de los/as comunicadores/as el desafío de todos los equipos de trabajo, de compatibilizar y armonizar los aportes parciales o específicos en el marco de una visión

integral y compartida que se corresponda con las metas formuladas por la máxima autoridad política. Insistimos sobre lo que ya hemos dicho: es necesario avanzar hacia una concepción de la comunicación como capacidad que requiere ser desarrollada por todos los equipos técnicos y políticos (y no sólo por el Departamento de Comunicación o su equivalente).

Intervenciones integrales en múltiples niveles interdependientes

Y hemos dejado para el final aquello otro con lo que habitualmente se asocia nuestro trabajo. En el Estado todo lo relativo a la comunicación se divide en prensa y comunicación. La segunda alude generalmente a las campañas. Los comunicadores abocados al diseño de contenidos en el marco de campañas (mediáticas o no) nos enfrentamos a una disyuntiva provocada por la actual convivencia, no siempre armoniosa ni necesariamente equitativa y productiva, de abordajes que confían en el cambio de comportamiento individual con otros que enfatizan en la necesidad de diseñar políticas públicas intersectoriales, multidisciplinarias y participativas (CYPyC; 2010; a).

Los estudios de opinión pública, los análisis de audiencias, las investigaciones sobre el impacto de la publicidad y la propaganda, y, en general, todo aquel conocimiento referido a los cambios de actitudes y comportamientos que podían generar los medios de comunicación masiva se constituyeron luego de la Segunda Guerra Mundial en la base conceptual para el surgimiento de la denominada “comunicación para el desarrollo”; cuya evolución fue determinante para su aplicación específica en políticas sectoriales de medio ambiente, salud, educación, etcétera. Pero este campo no sólo no experimentó una evolución unilineal en la que los nuevos enfoques sustituyeron o reemplazaron a los anteriores, sino que, muy por el contrario, los abordajes teóricos y prácticos de diversas procedencias convergieron y evolucionaron a partir de esa convivencia. Las diferencias de enfoque obedecieron, muchas veces, a proveniencias geográficas y disciplinares muy disímiles y poco interconectados y, no siempre, ni necesariamente, a francas oposiciones de premisas y diagnósticos, aunque estas también existieron (Bruno y Guerrini; 2011).

Aunque en sus inicios los planteos fundamentales provinieron de los países industrializados del norte, estos fueron progresivamente revisados por las “perspectivas del sur” en las que los aportes de los intelectuales y científicos latinoamericanos tuvieron una importante influencia, fundamentalmente, en la politización de los debates.

Con el paso del tiempo las teorías, los modelos y las intervenciones se tornaron más holísticos o integrales, tomando en cuenta múltiples niveles interdependientes (individuales, interpersonales, institucionales, comunitarios y de política pública) también en el marco de una definición de desarrollo más abarcativa como proceso multidimensional que implica un cambio en las estructuras, las actitudes y las instituciones sociales, el crecimiento económico, la disminución de la desigualdad, y la eliminación de la pobreza (Waisbord; s/f).

Lo que hoy se observa es una tendencia hacia una interpretación más abarcadora de la comunicación y un esfuerzo para integrar modelos y estrategias diferentes. Teorías y enfoques diversos han ido aportando a un enfoque múltiple que combina las intervenciones “de arriba

hacia abajo” y “de abajo hacia arriba”, lo mismo que la combinación de canales mediáticos con comunicación interpersonal, o enfoques personales y ambientales que combinan estrategias tradicionales de promoción con marketing social y movilización social (Waisbord; s/f).

Claramente, la comunicación ya no está limitada a la idea de transmisión de información, sino que incluye la idea de proceso e intercambio, donde son igualmente necesarias la voluntad política de los decisores y la participación comunitaria para el logro de cambios duraderos. Por ello, el involucramiento y el empoderamiento de las comunidades para transformar su entorno e incidir en la agenda de decisores y medios van ganando terreno como objetivos prioritarios insoslayables en las intervenciones comunicacionales en temas públicos.

Es necesario avanzar hacia modelos de intervención comunicacional que logren compatibilizar la intervención en la dimensión de la singularidad y autonomía de los sujetos, con acciones en el ámbito de lo público que promuevan la coordinación multiactoral/multisectorial para la cogestión y autogestión de políticas públicas.

Para ser eficaz y que sus logros sean sostenibles las intervenciones comunicacionales deben introducir cambios en diferentes niveles interconectados. Mientras la tarea de comunicar sólo se asocie a la “traducción” del conocimiento técnico específico y no a instalar conversaciones difícilmente “se la reconozca como aspecto decisivo de los procesos de organización, participación y cambio social que implican intercambios, confrontaciones, negociaciones y construcción colectiva del significado de la experiencia humana” (CYPyC 2010; a). La comunicación es estratégica cuando se construyen espacios de comunicación que incrementan las oportunidades para el desarrollo de competencias dialógicas, de cogestión y autogestión.

Como señalamos inicialmente, el mejor aporte de la comunicación a las políticas consiste en la construcción de escenarios de encuentro, concertación y participación para la creación de consensos y propósitos colectivos. El principal escollo en esta dirección es una persistente concepción de la comunicación pública como ese don, arte, oficio o profesión de “mercadear” funcionarios y “traducir” el saber técnico de la política sectorial en cuestión para los legos en la materia o lo que comúnmente denominamos “la gente” o “el pueblo”.

Notas

(1) Lo que estas “idas y venidas del Estado” tienden a soslayar son los objetivos y estilos de la intervención estatal durante el neoliberalismo. Como señala Vilas “(durante el neoliberalismo) la retirada del Estado consistió en un amplio intervencionismo en función de determinados intereses minoritarios y en beneficio de determinados actores –las fracciones más concentradas del capitalismo local– la creación de condiciones favorables para su más beneficiosa inserción en los nuevos escenarios globalizados, la apertura y desmantelamiento de los mercados nacionales y regionales y una gigantesca transferencia de recursos desde la producción hacia la especulación y los negocios financieros, desde los trabajadores y sectores medios hacia los sectores de ingresos más altos, desde los países hacia el exterior desarrollado” (Vilas; 2011;12).

(2) Junto a Vilas entendemos que las políticas públicas son el conjunto de acciones de gobierno ejecutadas para alcanzar los fines hacia los que se orienta el ejercicio del poder político asumiendo que los cursos gubernamentales de acción deben someterse al debate de una variedad de actores sociales con intereses legítimos en los asuntos que serán objeto de políticas públicas (Vilas; 2011; 112).

(3) Los tres niveles propuestos son una adaptación de los planteados por Juan Camilo Jaramillo López y equipo en Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado MCPOI, USAID/Casals & Associates Inc., Bogotá, 2004.

(4) Los resultados de este estudio pueden consultarse en "Mapeo nacional de capacidades en comunicación y salud pública en Argentina", en *Revista de Comunicación y Salud*, vol. 1, n.º 2. pp. 5-18, 2011 editada por INICyS (Instituto Internacional de Comunicación).

Bibliografía

ALLUÉ, Xavier; Laura MASCARELLA; Mario BERNA y Josep COMELLES (2006), "De la hegemonía de la clínica a la etnografía en la investigación intercultural en salud", en: G. Fernández (coord.): *Salud e interculturalidad en América Latina, Antropología de la Salud y Crítica Intercultural*, Universidad Castilla/La Mancha/Edit. ABYA AYALA, Quito: pp. 15-32.

BRIGGS, Charles (2005); "Perspectivas críticas de comunicación y hegemonía comunicativa: aperturas progresistas, enlaces letales", en *Revista Antropología Social*, Año/Vol. 014, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, pp. 101-124.

BRUNO, D. y GUERRINI, L. (2011) "Cultura y posdesarrollo: enfoques, recorridos y desafíos para otros mundos posibles", *Revista Signo y Pensamiento*, N.º 58, Departamento de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Cali-Valle-Colombia.

COORDINACIÓN Nacional de Información Pública y Comunicación (CIPyC) (2010; a); Promoción de la salud y comunicación, Ministerio de Salud de la Nación Argentina, Buenos Aires.

COORDINACIÓN Nacional de Información Pública y Comunicación (CIPyC) (2010; b); Funciones Básicas de Información y Comunicación en Salud Pública, Ministerio de Salud de la Nación Argentina, Buenos Aires.

EL ÁGORA (2006); "Comunicación y desarrollo. Aportes para la transformación social" disponible en: <http://www.elagora.org>.

FUKS, Ana; Andrea JAIT; María HARRINGTON; Sebastián PÉREZ PANELLI y Mario ROVERE (2008), Dossier Central Migraciones y Salud, *Revista PoSibles* N.º 2, El Ágora, Buenos Aires: 20-30.

JARAMILLO LÓPEZ; Juan Camilo (2004) *Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado MCPOI*, USAID/Casals & Associates Inc. Bogotá.

JHU/CCP, (2002); "Estrategia de comunicación para PROSILAIIS".

MATUS, Carlos; *Teoría social del juego social*. Edic. UNLA (Colecc. Planificación y Políticas Públicas), Remedios de Escalada (Argentina), 2007. pp. 165-192. El actor en situación (sesión 5).

MENÉNDEZ, Eduardo (2006), "Interculturalidad, 'diferencias' y Antropología 'at home'. Algunas cuestiones metodológicas", en: G. Fernández (coord.): *Salud e interculturalidad en América Latina, Antropología de la Salud y Crítica Intercultural*, Universidad Castilla/La Mancha/Edit. ABYA AYALA, Quito: pp. 51-66.

MENÉNDEZ, Eduardo y Hugo SPINELLI (coords.) (2006), *Participación social ¿Para qué?*, Buenos Aires.

OPS-OMS (1995); “Información y comunicación social en salud”, Disponible en:<http://bvsms.saude.gov.br>

OPS/Fundación Kellogg (2001), *Manual de Comunicación Social para Programas de Promoción de la Salud de los Adolescentes*, Washington D.C.

PERDIGUERO, Enrique (2006), “Una reflexión sobre el pluralismo médico”, en: G. Fernández (coord.): *Salud e interculturalidad en América Latina, Antropología de la Salud y Crítica Intercultural*, Universidad Castilla/La Mancha/Edit. ABYA AYALA, Quito: pp. 33-50.

PEREZ, Rafael Alberto (2005); *Estrategar en un mundo complejo*. En línea. www.sociedadtecnologia.org/file/download/152679. Recuperado el 14 de marzo 2012.

UNICEF (2006), *Comunicación, desarrollo y derechos humanos*. Cuadernillo 1, 2, 3, 4, 5 y 6, Colección Comunicación, Desarrollo y Derechos, disponible en: http://www.unicef.org/argentina/spanish/resources_4656.htm

VILAS, Carlos (2011) *Después del neoliberalismo: estado y procesos políticos en América Latina*, UNLA.

VILLAMAYOR, Claudia; *La comunicación como perspectiva y como dimensión en los procesos sociales. Una experiencia de participación en las políticas públicas*. PSA Formosa. http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Villamayor.PDF Recuperado el 9 de febrero de 2011.

WHITE, Robert; “Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo. El rol de la dramaturgia cultural en la creación de una esfera pública” en *Revista Diálogos de la Comunicación*, N.º 34, septiembre, 1992.

WAISBORD, Silvio (s/f); *Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo*. Fundación Rockefeller, Mimeo.