

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



**“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNO PARA LA COMISIÓN DE EXTENSIÓN
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

KAREN URIZAR MORÁN

CARNÉ: 201217235

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Octubre de 2017

Consejo Directivo:

Director:

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M. A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representates Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura:

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura:

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 08 de septiembre de 2017

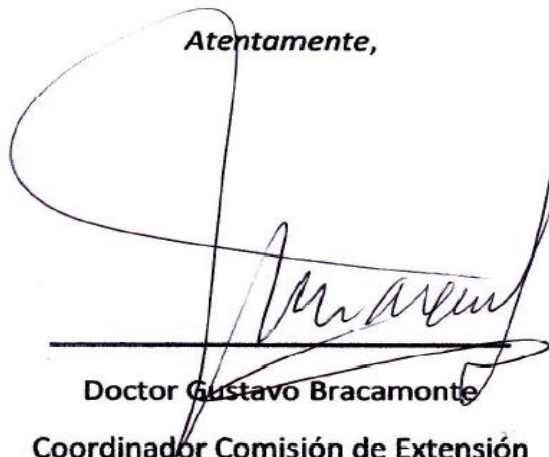
Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista "**Karen Urizar Morán**" con número de carné: "**201217235**" de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en la "**Comisión de Extensión**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **01 de junio** al **31 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA COMISIÓN DE EXTENSIÓN DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: la "**COMISIÓN DE EXTENSIÓN de la ESCUELA DE CIENCIAS de la COMUNICACIÓN**"

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,



Doctor Gustavo Bracamonte
Coordinador Comisión de Extensión





Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 23 de octubre de 2017

Estudiante
Karen Urizar Morán
201217235
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA COMISIÓN DE EXTENSIÓN DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Sandra Noherth Hernández y Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura

Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt



Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por mi vida, por haberme brindado la oportunidad, fuerzas y capacidades necesarias para culminar ésta meta tan especial en mi vida. No permitiré que tu pie resbale; jamás duerme el que te cuida. Salmos 121:3
- A MIS PADRES:** Ruth Nohemí Morán Quevedo, Werner Rene Urizar Muñoz en honra para ellos; por sus sacrificios, apoyo, entrega y sabiduría para saber conducirme por la vida.
¡Bendito sea Dios por tenerlos como mis padres!
- A MIS HERMANOS:** Stephany y Carlos Urizar Morán. Gracias por su apoyo, amor y compañía en el camino de mi formación académica y en mi vida.
- A MI NOVIO:** Fausto Moreno por mantener el apoyo y entrega en los momentos de alegría y también difíciles de mi vida, te amo mi amado.
- A MIS PADRINOS:** Mirza Anahí Morán y Mario Romaneli Sandoval por siempre tener ese gran amor para mi persona y apoyo incondicional en mi vida.
- A MI FAMILIA:** Abuelos, tios, tias, primos y primas. Gracias por su cariño.
- A MIS AMIGAS (os):** Por todos los momentos compartidos durante mi vida universitaria, que me han motivado, apoyado y aligerado el camino, especialmente a mis mejores amigas Silvia Bran y Michelle Sanabria quienes se convirtieron en mis compañeras inseparables.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, donde me he forjado profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos y su amistad con mi persona.

Al **LIC. LUIS PEDROZA**, gracias por brindarme un camino para lograr culminar esta meta y confianza para la realización de este proyecto.

A **MSC. SERGIO MORAYATA**, agradecimiento especial por brindarme amistad, apoyo y confianza en el espacio de nuestra querida ECC.

Al **LIC. GUSTAVO BRACAMONTE**, gracias por brindarme un apoyo oportuno y especial en este proyecto.

A la **LICDA. SANDRA NOHEMÍ HERNÁNDEZ Y HERNÁNDEZ** por su paciencia, su disponibilidad y su dulzura con mi persona durante todo el proceso de EPS.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2 LA INSTITUCIÓN.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	1
1.2.4. Departamentos o dependencias.....	1
1.2.5. Misión.....	2
1.2.6. Visión.....	2
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	2
1.2.8. Público Objetivo.....	2
1.2.9. Organigrama.....	2
1.3 METODOLOGÍA.....	3
1.3.1. Descripción del Método.....	3

1.4	RECOPIACIÓN DE DATOS.....	6
1.4.1	Gráficas.....	6
1.5	RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	14
1.5.1.	Fortalezas.....	14
1.5.2.	Oportunidades.....	14
1.5.3.	Debilidades.....	14
1.5.4.	Amenazas.....	14
CAPÍTULO II.....		15
2.	PLAN DE COMUNICACIÓN.....	15
2.1	ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	15
2.2	OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	15
2.2.1	Objetivo General.....	15
2.2.2	Objetivo Especifico.....	15
2.3	PÚBLICO OBJETIVO.....	16
2.3.1	Demográfico.....	16
2.3.2	Socioeconómico.....	16
2.3.3	Psicográficos.....	16
2.4	MENSAJE.....	17
2.5	ESTRATEGIAS.....	18
2.6	ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	19
CAPÍTULO III.....		34
3.	INFORME DE EJECUCIÓN.....	34
3.1	PROYECTO DESARROLLADO.....	34
3.1.1.	Financiamiento.....	34
3.1.2.	Presupuesto.....	34

3.1.3. Beneficiarios.....	35
3.1.4. Recursos Humanos.....	36
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	36
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	37
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	47
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	48
CONCLUSIONES.....	51
RECOMENDACIONES.....	52
GLOSARIO DE TERMINOS.....	53
BIBLIOGRAFÍA.....	56
EGRAFÍA.....	57
ANEXOS.....	58

RESUMEN

Nombre de la Institución

Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala

Nombre del Proyecto

Plan de Comunicación Interno para la Comisión de Extensión

Objetivos del Proyecto

General

Presentar un plan de comunicación interno para la Comisión de Extensión.

Específicos

- Elaborar la filosofía institucional de la Comisión de Extensión.
- Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
- Brindar herramientas para institucionalizar la Comisión de Extensión dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Establecer canales de comunicación efectivos.
- Vincular a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con la Comisión de Extensión.
- Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.
- Posicionar la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Sinopsis del proyecto

Como labor de epesista del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura se lleva a cabo la implementación de un Plan de Comunicación, formado por estrategias que fortalezcan la comunicación interna de la Comisión de Extensión. Las herramientas que apoyan las estrategias comunicacionales son: Impresos, contenidos y plataformas digitales.

Finalmente, se logra por medio de la ejecución del Plan de Comunicación llegar a obtener los objetivos perseguidos que se concluyen como la identidad institucional; que será la filosofía de la Comisión de Extensión y sus respectivas acciones comunicacionales y también, se encuentran canales eficaces para llegar a comunicar al público objetivo sobre la realización de las diferentes actividades de la Comisión. Objetivos que se encuentran desde luego acompañados de resultados que respaldan su implementación.

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna se convierte en el conjunto de actividades claves efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

La comunicación interna ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el ruido, que es un elemento peligroso para toda entidad.

En el presente informe de Ejercicio Profesional Supervisado se permite conocer la comunicación interna de la Comisión de Extensión ya que es de suma importancia que la comisión se conduzca correctamente, puesto que representa un factor importante en el progreso de la misma, por lo que es necesario identificar la Comisión con su identidad institucional debida, asimismo los tipos de comunicación interna.

Con base a estas premisas se realizó un diagnóstico con sus debidas herramientas cuantitativas y cualitativas, que permitió determinar las carencias y así lograr ejecutar el Plan de Comunicación del presente informe.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación directa como indirecta entre las personas, provoca una avalancha de ideas que permiten realizar toda clase de actividades de una mejor manera. El desarrollo y crecimiento de las instituciones y organizaciones se debe en gran parte a la comunicación, organización e imagen institucional que proyecta, lo que le permite adquirir prestigio, confianza y credibilidad.

Siendo la Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala una entidad de suma importancia para el desarrollo, actualización académico y apoyo del Pensum de estudios de esta institución de educación superior encargada de formar profesionales de la comunicación comprometidos con el desarrollo integral de la universidad y del país; es necesario que cuente con elementos sólidos como los son la imagen y filosofía institucional que brinde confianza y credibilidad a ésta instancia; así también canales de comunicación eficaces con los docentes de la ECC.

Luego de realizar el respectivo diagnóstico se determinó los faltantes, como el desconocimiento e indiferencia que se tiene para la Comisión y por consiguiente surge la iniciativa de fortalecer los canales y medios de comunicación con el fin de mantener la notabilidad de la Comisión de Extensión en el cuerpo de docentes y personal administrativo de la ECC.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

1.1 Objetivos del diagnóstico

1.1.1 Objetivo general

Presentar un diagnóstico de comunicación interna en la Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comisión de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.1.2 Objetivos específicos

- Analizar la efectividad de los medios de comunicación que utiliza la Comisión en el área de docencia.
- Determinar los canales de comunicación interna que la Comisión utiliza.
- Analizar el uso de herramientas digitales.
- Determinar los medios de comunicación entre estudiante y docente.
- Estudiar la identidad de la Comisión de Extensión.
- Ejecutar estrategias de posicionamiento.
- Presentar un plan de comunicación.

1.2 La institución

Comisión de Extensión, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.2.1 Ubicación Geográfica. Ciudad universitaria, zona 12, Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas. No cuenta con ellas

1.2.3 Antecedentes o Historia. No cuenta con ellos.

1.2.4 Departamentos o dependencias. No cuenta con ellos.

1.2.5 Misión.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, institución de educación superior articulada a la formación, investigación y la extensión de manera integral, participativa y propositiva, consolida de forma sostenible y estratégica con visión a largo plazo, la preparación profesional de sus estudiantes. Procura la pertinencia, competitividad y creatividad, mediante el vínculo, el compromiso y la identificación con la sociedad, cuyo propósito es formar profesionales de alta calidad tanto a nivel de las carreras técnicas como de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y los posgrados con especialidad en la materia.

1.2.6 Visión.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación es una institución de educación superior encargada de la formación de comunicadores con un alto sentido profesional, ético y competitivo, que responda a la demanda de una formación moderna y humanista, comprometida con la búsqueda del desarrollo integral de la Universidad y del país.

1.2.7 Objetivos Institucionales. No cuenta con ellos.

1.2.8 Público Objetivo. Estudiantes así también catedráticos que busquen la formación académica integral en el campo de la comunicación social.

1.2.9 Organigrama. En la presente fecha no existe registro.

1.3 Metodología

Es definida como “El procedimiento para alcanzar un objetivo. Lo que permite ordenar una actividad determinada. Es un camino (guía) para alcanzar un fin; o, un proceso lógico para lograr un objetivo” (Piloña Ortiz, 2008, pág. 35)

Procesos que conducen a la adquisición de información viable en el desarrollo de un proyecto de investigación.

1.3.1 Descripción del método

Investigación científica. Se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se manifiesta de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta. (Hernández, Sampieri y Mendoza, 2008.)

Método mixto, enfoque cualitativo y cuantitativo. Representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cualitativos y cuantitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández, Sampieri y Mendoza, 2008.)

La utilización del método mixto es necesario para el manejo de herramientas cuantitativas y cualitativas, lo que logrará resultados comunicacionales certeros.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

- **Entrevista directa.** “Técnica orientada a obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de los informantes en relación a la situación que se está estudiando”. (Folgueiras, 2009)

La entrevista es un instrumento muy importante para extraer información específica respecto a la comunicación de la Comisión de Extensión. del personal de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

- **La entrevista no estructurada.** Muy útil en estudios descriptivos, y en la fase del diseño de la investigación; es adaptable y susceptible de aplicarse a toda clase de sujetos y de situaciones; permite profundizar en el tema. (Forero, 1992)

La entrevista es muy significativa ya que requiere de tiempo personal de experiencia para obtener información específica para el conocimiento de aspectos informativos válidos.

- **Encuesta.** Esta es “una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado”. (Turnbull, Baird.1995:117)

Técnica eficaz para lograr extraer información respecto a la comunicación interna de la Comisión de Extensión; la que permite el conocimiento de diversos elementos, como opiniones, valoraciones, entre otros.

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

TIEMPO DE DURACIÓN										
Actividad	Enero					Febrero				
	1/7	8/14	15/21	22/28	29/31	1/5	6/12	13/19	20/26	27/28
Pre inscripción al EPS	■									
Propedéutico		■								
Búsqueda de lugar para la realización del EPS			■	■						
Entrega de cartas de Solicitud y Aceptación para EPS				■	■					
Etapas de Observación			■	■	■	■	■	■		
Búsqueda de documentos para recopilación de información			■	■	■	■	■			
Asistencia a distintas actividades de la Comisión					■	■	■			
Entrega de cartas de Solicitud y Aceptación para EPS							■			
Estructura de preguntas para Encuestas y Entrevistas							■			
Realización de Encuestas								■	■	
Realización de Entrevistas								■		■
Tabulación de Encuestas y transcripción de entrevistas									■	
Colaboración en la Comisión de Extensión					■	■			■	
Entrega de Diagnóstico									■	

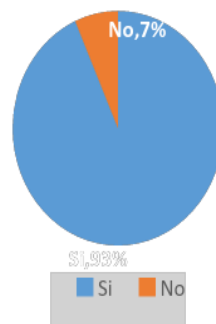
Fuente: Enciclopedia IT pro Gestión de proyectos,
<http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

1.4 Recopilación de Datos

1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

Gráfica 1

1. ¿Conoce usted la Comisión de Extensión y a sus integrantes?

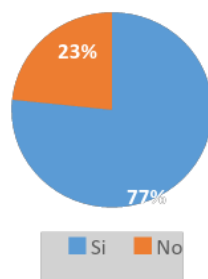


Fuente Karen Urizar

Interpretación: El 93% de los encuestados respondieron si conocer la Comisión de Extensión y al Coordinador mientras que el 7% no la conoce.

Gráfica 2

¿Conoce las funciones de la Comisión de Extensión?

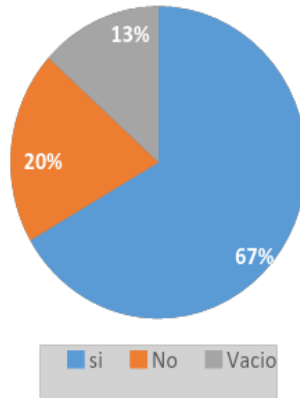


Fuente Karen Urizar

Interpretación: El 77% de los encuestados respondieron si conocer el fin de la Comisión de Extensión y el restante, que es el 23% no lo conoce.

Gráfica 3

**Si su respuesta a la interrogante #2 fue positiva
¿Considera que la Comisión logrará los
resultados esperados?**

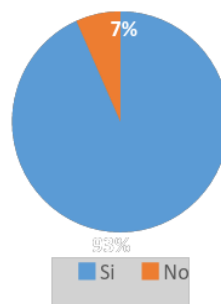


Fuente Karen Urizar

Interpretación: De los encuestados que manifestaron si conocer el fin de la Comisión de Extensión en interrogante anterior, el 67% respondió que si considera que la Comisión de Extensión logrará los resultados esperados, el 20% no lo considera mientras que el 13% respuesta vacía.

Gráfica 4

**¿Estaría dispuesto a colaborar para que
la Comisión logre cumplir sus objetivos?**

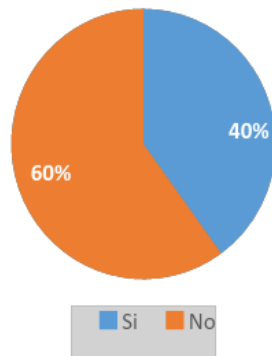


Fuente Karen Urizar

Interpretación: La mayoría de los encuestados respondieron si estar dispuestos a colaborar con el fin de la Comisión de Extensión, y el 7% respondió no estar dispuesto a colaborar.

Gráfica 5

¿Conoce la razón por la cual surgió la Comisión de Extensión?

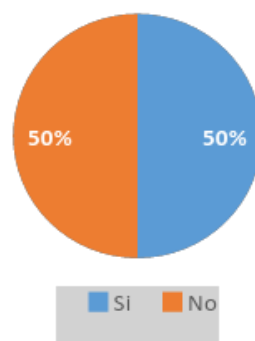


Fuente Karen Urizar

Interpretación: El 40% de los encuestados respondieron si conocer la razón por la cual surgió la Comisión de Extensión mientras que el 60% no la conoce.

Gráfica 6

¿Tiene conocimiento del Perfil del Comunicador Integral, el cual distintas instituciones solicitan actualmente?

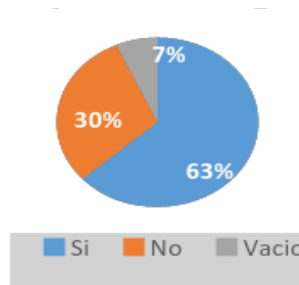


Fuente Karen Urizar

Interpretación: El 50% de los encuestados respondió si conocer el Perfil del Comunicador Integral y el 50% restante respondió no conocerlo.

Gráfica 7

¿Considera que herramientas como las que brinda la Comisión de Extensión darán como resultado comunicadores con perfil integral?

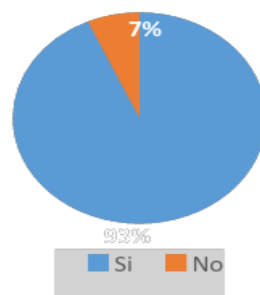


Fuente Karen Urizar

Interpretación: El 63% de los encuestados consideran que las herramientas que brinda la Comisión de Extensión serán de soporte para lograr como resultado la formación de comunicadores integrales competentes, el 30% no lo considera así mientras que el 7% respuesta vacía.

Gráfica 8

¿Recibe información de las distintas actividades que brinda la Comisión de Extensión?

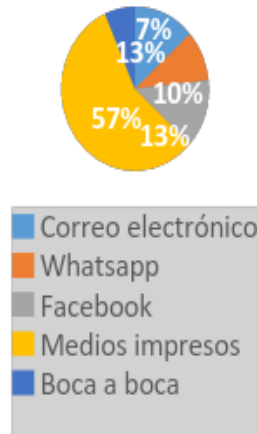


Fuente: Karen Urizar

Interpretación: La mayoría de los encuestados, es decir el 93% indicó si recibir información de las distintas actividades que brinda la Comisión de Extensión, el 7% respondió que no reciben información de las actividades.

Gráfica 9

Si su respuesta a la interrogante #8 fue positiva
¿por cuál medio recibe información?

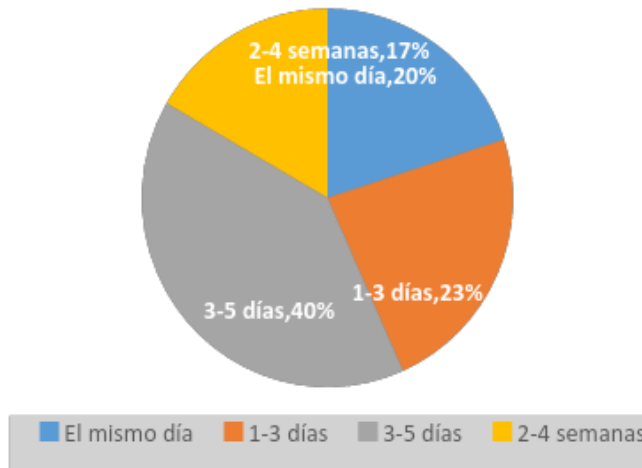


Fuente: Karen Urizar

Interpretación: De los encuestados que reciben información de las actividades que la Comisión de Extensión realiza, el 13% indicó que el medio por el cual se pone al corriente de dichas actividades es boca a boca, el 7% correo electrónico, el 10% por WhatsApp, el 13% Facebook y el 57% medios impresos, siendo éste el medio con mayor efectividad por parte de la Comisión para comunicar las actividades a realizar.

Gráfica 10

¿Cuánto tiempo de anticipación recibe información de las actividades de la Comisión de Extensión?

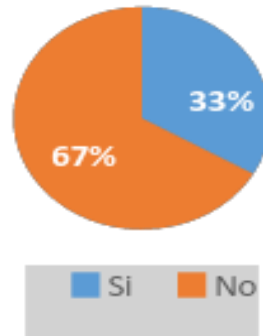


Fuente: Karen Urizar

Interpretación: El 20% de los encuestados indicó que el mismo día en el que se realizan las actividades de la Comisión de Extensión reciben información de los eventos, el 23% respondió que de 1 a 3 días es el tiempo de anticipación en el que recibe información de las actividades, el 40% recibe información en un tiempo de 3 – 5 días y el 17% respondió que de 2 – 4 semanas es el tiempo de anticipación que recibe información.

Gráfica 11

¿Recibe usted una guía o documento de apoyo de las actividades de la Comisión de Extensión?

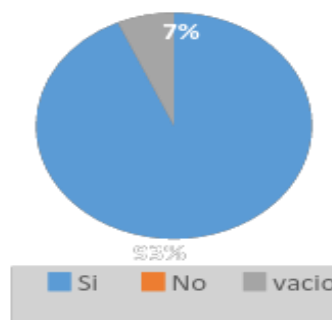


Fuente: Karen Urizar

Interpretación: El 33% indicó si recibir una guía o documento de apoyo de las actividades de la Comisión, el 67% respondió no recibir ningún tipo de documento de apoyo.

Gráfica 12

¿Le gustaría recibir una guía o documento de apoyo de las actividades de la Comisión de Extensión?

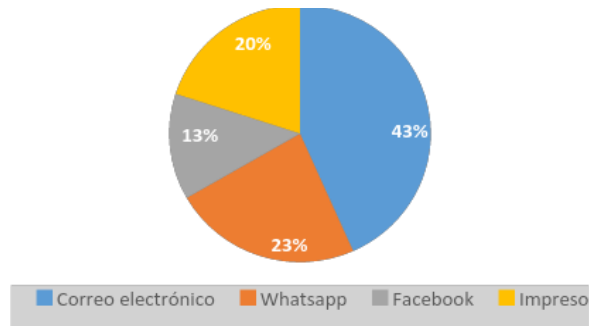


Fuente: Karen Urizar

Interpretación: La mayoría de los encuestados, es decir el 97% manifestaron estar interesados en recibir una guía o documento de apoyo de las actividades de la Comisión y el 7% que es una minoría, respuesta vacía.

Gráfica 13

**Si su respuesta a la interrogante #12 fue positiva
¿Por cuál medio optaría para recibir un documento
de apoyo?**

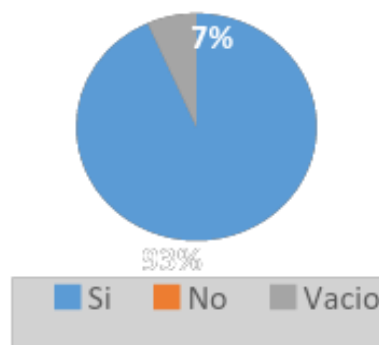


Fuente: Karen Urizar

Interpretación: De los encuestados que manifestaron estar interesados en recibir un documento o guía de apoyo, el 43% indicó que el medio por el que optaría para recibir un documento es correo electrónico, el 23% WhatsApp, el 13% por Facebook y el 20% por medio impreso.

Gráfica 14

**¿Estaría dispuesto a contribuir con la Comisión de
Extensión?**



Fuente: Karen Urizar

Interpretación: La mayoría de los docentes encuestados indicaron si estar dispuestos a contribuir con la Comisión de Extensión, mientras que el 7% respuesta vacía.

1.5 Radiografía de la institución - FODA

6.1.1 FORTALEZAS:

- Dirigir, organizar y desarrollar la formación superior de comunicadores del estado.
- Mayor alcance estudiantil entre las jornadas.
- Compromiso con el desarrollo de la comunicación en el aspecto científico, social y ambiental.

6.1.2 OPORTUNIDADES:

- Universidad estatal con apoyo del país para los estudiantes y para la universidad.
- Promover comunicadores con principios éticos y excelencia académica.
- Contar con el apoyo de profesionales representativos en el área de la comunicación para fines académicos.
- Promover y gestionar actividades y eventos dirigidos al grupo estudiantil y docentes para lograr el desarrollo académico.

6.1.3 DEBILIDADES:

- Falta de asesoría comunicacional entre la Comisión y los docentes.
- Ausencia de una estructura determinada para obtener la participación y el interés de docentes y estudiantes.
- Escaso uso de canales de comunicación.
- Carencia de información sólida de la Comisión.
- Ausencia de filosofía institucional.
- Falta de imagen institucional de la Comisión

6.1.4 AMENAZAS:

- Falta de control y seguimiento en la comunicación.
- Desequilibrio de información.
- Ausencia de canales de comunicación.
- Apatía hacia la Comisión de Extensión por parte de docentes y alumnos.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedentes comunicacionales. No presentó ningún tipo de antecedente comunicacional.

2.2 Objetivos de Comunicación

2.2.1 Objetivo general

Presentar un plan de comunicación interna para la Comisión de Extensión.

2.2.2 Objetivos específicos

- Elaborar la filosofía institucional de la Comisión de Extensión.
- Mejorar contenidos de la fanpage de la Comisión en Facebook.
- Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
- Ejecutar herramientas necesarias para institucionalizar la Comisión de Extensión.
- Establecer canales de comunicación efectivos.
- Vincular a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con la Comisión de Extensión.
- Definir y priorizar el grupo objetivo
- Fortalecer los medios de comunicación existentes.
- Posicionar la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Mejorar las relaciones públicas.

2.3 Público objetivo

2.3.1 Demográfico:

- Mujeres y hombre que oscilan entre 30 a 55 años de edad,
- Guatemaltecos de estado civil solteros y casados
- Profesionales en la Comunicación y otras áreas académicas
- Profesionales en el área de docencia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las distintas jornadas ya sea vespertina, nocturna o PAD

2.3.2 Socioeconómico:

- Individuos de nivel a y b
- Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Acceso a internet y con disponibilidad a equipos electrónicos en su lugar de trabajo

2.3.3 Psicográficos:

- Docentes que cuentan con la apertura a la actualización, aprendizaje y enseñanza
- Presentan personalidad abierta y comunicativa
- Con actitud dispuesta a ser parte del desarrollo cultural, social y académico del país.

2.4 Mensaje

“Expandiendo conocimiento” (mensaje ejecutado en la Comisión de Extensión.)

Representa al grupo de profesionales, expertos en las ciencias de la comunicación y otras áreas profesionales que con una comunicación clara y precisa, que junto a la correcta distribución de información y cooperación de manera individual y grupal se puede lograr exitosamente los objetivos establecidos para la Comisión de Extensión.

2.5 Estrategias

- **Progreso de la comunicación e información de la Comisión de Extensión.**
Fortalecer la comunicación e información con el fin de comprender técnicas y estrategias para difundir información que apoye a mantener la comunicación efectiva entre la Comisión de Extensión y el cuerpo de docentes.
- **Ejecución de imagen institucional.**
Ejecución de medios y herramientas que logren que la Comisión mantenga Presencia en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- **Actualización de medios de comunicación existentes en la Comisión.**
Actualización e implementación de elementos a los medios de comunicación existentes en la Comisión de Extensión, como tarjetas de invitación personalizadas.
- **Creación de filosofía institucional de la Comisión de Extensión (antecedentes, misión, visión, objetivos y atribuciones.)**
Ejecución de identidad institucional para obtener reconocimiento en Escuela de Ciencias de la Comunicación y mejora en el manejo de la Comisión.
- **Activación de redes sociales**
Implementar y manejar nuevos y actuales medios, que son las plataformas digitales para tener presencia en los distintos espacios, también para crear y mantener comunidades digitales de usuarios; además lograr comunicar y liderar el pensamiento y visión de la Comisión al público objetivo.
- **Fortalecimiento y relanzamiento de herramientas informativas**
Optimizar, fortalecer y renovar las herramientas correctas para informar al público objetivo.
- **Elaboración de un manual informativo.**
Creación de un manual informativo que logre apurar dudas y llenar vacíos de comunicación interna y externa de la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

2.6 Acciones de comunicación

Acción 1 - Creación de boletín	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento y relanzamiento de herramientas informativas.
Problema	Escaso interés de docentes por la falta de información de las actividades y sobre la Comisión de Extensión para catedráticos.
Producto	Boletín electrónico
Objetivo comunicacional	Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Formato digital, compartido por e-mail a docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Acción 2 - Selección de información de conferencistas y temas para el boletín	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento y relanzamiento de herramientas informativas.
Problema	Escaso interés de docentes por la falta de información de las actividades de la Comisión para catedráticos.
Producto	Información del boletín
Objetivo comunicacional	Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Escrito y digital para obtener información certera.

Acción 3 - Reunión con coordinador para validación de boletín	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento y relanzamiento de herramientas informativas.
Problema	Escaso interés de docentes por la falta de información de las actividades de la Comisión para catedráticos.
Producto	Reunión con autoridades del área
Objetivo comunicacional	Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Escrito y digital para la observación y validación del producto y estrategia.

Acción 4 - Elaboración de carteleras institucionales	
A qué estrategia responde la acción	Progreso de la comunicación e información de la Comisión de Extensión.
Problema	Ausencia de información de la Comisión y sus actividades en el área de docencia de la ECC.
Producto	Carteleras institucionales
Objetivo comunicacional	Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Material e impreso.

Acción 5 - Reunión con el Coordinador para situar estratégicamente y validar las carteleras	
A qué estrategia responde la acción	Progreso de la comunicación e información de la Comisión de Extensión.
Problema	Ausencia de información de la Comisión y sus actividades en el área de docencia de la ECC.
Producto	Reunión con coordinador
Objetivo comunicacional	Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Material, impreso y presencial.

Acción 6 - Establecimiento de un buzón de sugerencias	
A qué estrategia responde la acción	Progreso de la comunicación e información de la Comisión de Extensión.
Problema	Existencia de poca comunicación entre todos los docentes y la Comisión de Extensión para la expresión de ideas y necesidades.
Producto	Reunión con coordinador
Objetivo comunicacional	Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Material y escrito.

Acción 7 - Esparcimiento de noticia comunicando la posibilidad de participar en el buzón de sugerencia	
A qué estrategia responde la acción	Progreso de la comunicación e información de la Comisión de Extensión.
Problema	Existencia de poca comunicación entre todos los docentes y la Comisión de Extensión para la expresión de ideas y necesidades.
Producto	Aviso de buzón para participación
Objetivo comunicacional	Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Oral

Acción 8 - Utilización de mantas vinílicas	
A qué estrategia responde la acción	Ejecución de imagen institucional.
Problema	Nula presencia de imagen institucional en las actividades que realiza la Comisión de Extensión y en la ECC
Producto	Mantas vinílicas
Objetivo comunicacional	Posicionar la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes y estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Visual

Acción 9 - Realización de los impresos (separadores, trifoliales)	
A qué estrategia responde la acción	Actualización de los medios de comunicación existentes en la Comisión.
Problema	Escaso manejo de información indispensable entre docentes y por ende estudiantes por el escaso manejo y elaboración de medios de la Comisión de Extensión
Producto	Medios impresos (trifoliales, separadores e invitaciones)
Objetivo comunicacional	Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Impreso

Acción 10 - Reunión con el Coordinador para validación de los impresos	
A qué estrategia responde la acción	Actualización de los medios de comunicación existentes en la Comisión.
Problema	Escaso manejo de información entre docentes y por ende estudiantes por el escaso manejo y elaboración de medios de la Comisión de Extensión
Producto	Reunión con autoridades
Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.	Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Impreso, presencial.

Acción 11 - Distribución de impresos a docentes de la ECC	
A qué estrategia responde la acción	Actualización de los medios de comunicación existentes en la Comisión.
Problema	Escaso manejo de información entre docentes y por ende estudiantes por la escasa administración y elaboración de medios de la Comisión de Extensión
Producto	Medios impresos
Objetivo comunicacional	Fortalecer los medios de comunicación que utiliza la Comisión de Extensión
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Impreso

Acción 12- Reunión con Coordinador para revisión y modificaciones de la filosofía	
A qué estrategia responde la acción	Creación de filosofía institucional de la Comisión de Extensión (antecedentes, misión, visión, objetivos y atribuciones.)
Problema	Falta de identidad institucional
Producto	Medios impresos y visuales.
Objetivo comunicacional	Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes y estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Impreso

Acción 13 - Entrega de identidad institucional (Misión, visión, objetivos, valores) enmarcada a Coordinador de la Comisión de Extensión	
A qué estrategia responde la acción	Creación de filosofía institucional de la Comisión de Extensión (antecedentes, misión, visión, objetivos y atribuciones.)
Problema	Falta de identidad institucional
Producto	Medios impresos y visuales.
Objetivo comunicacional	Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo
Público objetivo	Docentes y estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Impreso y visual

Acción 14 - Artes gráficas para difundir en redes sociales	
A qué estrategia responde la acción	Activación de redes sociales
Problema	Escaso uso de redes sociales y pocas vías de difusión de información por parte de la Comisión de Extensión.
Producto	Facebook, e-mail, whatsapp
Objetivo comunicacional	Establecer canales de comunicación efectivos.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes y estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	digital

Acción 15 - Reunión con Coordinador para entrega de artes finales y autorización para su circulación	
A qué estrategia responde la acción	Activación de redes sociales
Problema	Escaso uso de redes sociales y pocas vías de difusión de información de la Comisión de Extensión.
Producto	Facebook, e-mail, whatsapp, entre otros.
Objetivo comunicacional	Establecer canales de comunicación efectivos.
Tipo de mensaje	Informativo, educativo.
Público objetivo	Docentes y estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
Medio de difusión	Digital, social media

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“Plan de Comunicación Interno para la Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”

3.1.1 Financiamiento

El 80% de los gastos fueron asumidos por el epesista. El 20% lo patrocinó la Dirección y el 10% fue patrocinado por la Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Total
50	Trifoliales informativos de la Comisión. B/N, Papel bond	Q1.00	Q50.00
3	Enmarcado de Filosofía Institucional	100	Q300.00
	Asesoría Comunicacional		Q13000.00
1	Diseño de arte y banner	60.00	Q60.00
1	Carteleras institucional	Q500.00	Q500.00
10	Hojas colores (personalización de invitaciones)	Q1.00	Q10.00
	Digitalización y diagramación diseño de Revista		Q1000.00
1	Diversos gastos para gestionar “ Evento de relanzamiento de la comisión de extensión ” (Cierre anual)	Q150.00	Q150.00
	Digitalización y diagramación del Manual informativo		Q1000.00
2	Impresiones Manual de la Comisión de Extensión	Q80.00	Q160.00
1	Playera(uniforme)	Q80.00	Q80.00
1	Caja de botellas de agua	Q70.00	Q80.00
100	Lapiceros	Q2.50	Q250.00
25	Agendas	Q25.00	Q250.00
	Total del Proyecto		Q16890.00

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
<p>Primarios:</p> <p>Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación</p> <p>Estudiantes de la ECC y comunidad universitaria</p>	<p>El beneficio principal es dirigido al grupo de docencia, ya que el soporte y guía por parte de EPS los favorecerá en cuanto a comunicación interna de la ECC y la Comisión de Extensión; así también a los estudiantes de la ECC y comunidad universitaria ya que se extendió diversos contenidos y proyectos referentes a la Comisión de Extensión y a sus objetivos que se dirigen directamente a la población con relación a la ECC.</p>
<p>Secundarios:</p> <p>Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación</p> <p>Personal de la Comisión de Extensión</p>	<p>El beneficio secundario se dirige a:</p> <p>Comisión de Extensión: Avance como instancia administrativa de la ECC y también desde un aspecto comunicacional.</p> <p>A Coordinador de la Comisión por la obtención de apoyo en las distintas actividades de la Comisión y asesoría comunicacional por la implementación de nuevas ideas a fin de obtener diversas mejoras para la Comisión de Extensión.</p>

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Dr. Gustavo Bracamonte	Coordinador de la Comisión de Extensión	Aprobación a realización de todos los productos y apoyo a las acciones para su ejecución.
Msc. Sergio Morataya	Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	Asesoría y apoyo en procedimientos y acciones realizadas durante la Práctica Profesional.
Lic. Freddy Poroj	Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	Disposición en etapa del Ejercicio Profesional.
Lic. Hugo Gálvez	Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	Disposición en etapa del Ejercicio Profesional.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Comisión de Extensión, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, campus central, zona 12, Ciudad de Guatemala.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

- **Estrategia:**
Actualización de los medios de comunicación existentes en la Comisión.
- **Objetivo Comunicacional:**
Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.
- **Descripción:**
Se analizó y colocó la herramienta más viable (cartelera institucional) para promover las actividades de la Comisión
- **Acciones:**
 - a) Acción 1: Reunión con el Coordinador para situar estratégicamente y validar las carteleras institucionales.
 - b) Acción 2: Cotización de carteleras.
 - c) Acción 3: Reunión en dirección para concretar la cartelera institucional.
 - d) Acción 4: Utilización de cartelera para fines comunicacionales de la Comisión de Extensión.
- **Imágenes:**



Utilización de cartelera ubicada en el 2º nivel del edificio M2 para promover las actividades de la Comisión. Agosto 2017

- **Estrategia:**
Ejecución de imagen institucional.

- **Objetivo Comunicacional:**
Posicionar la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

- **Descripción:** Se elaboró manta vinílica de la Comisión de Extensión para resaltar la imagen institucional.

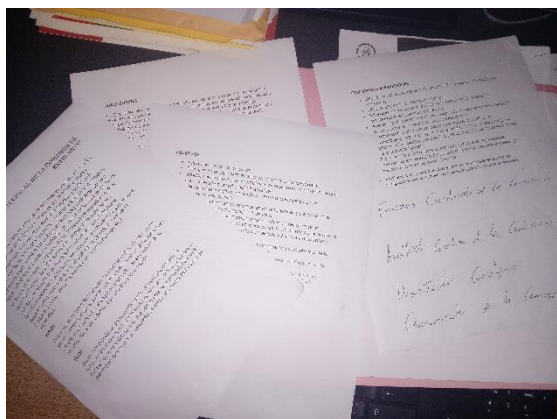
- **Acciones:**
 - a) **Acción 1:** Reunión con diseñadora para el diseño y elaboración de manta.
 - b) **Acción 2:** Colocación de Manta en las actividades y eventos de la Comisión de Extensión.

- **Imágenes:**



Manta Vinílica para las distintas actividades de la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, proyecto a cargo por la epesista Karen Urizar

- **Estrategia:**
Creación de filosofía institucional de la Comisión de Extensión (antecedentes, misión, visión, objetivos y atribuciones.)
- **Objetivo Comunicacional:**
Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
- **Descripción:**
Búsqueda de datos, extracción y análisis de información.
- **Acciones:**
 - a) Búsqueda y análisis de información de la Comisión.
 - b) Entrevista con ex director y coordinador de la Comisión (Dr. Interiano) para recabar datos.
 - c) Reunión con Coordinador para revisión y modificaciones de la filosofía.
 - d) Entrega de identidad institucional (Misión, visión, objetivos, valores) enmarcada a Coordinador de la Comisión de Extensión.
- **Imágenes:**



Archivo de la Comisión; propuestas y correcciones de filosofía institucional, proyecto a cargo por la epesista Karen Urizar - Julio 2017

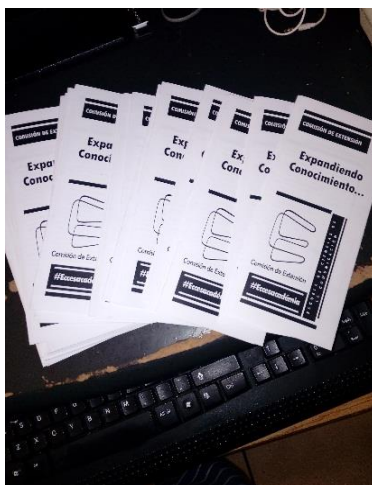
- **Estrategia:**
Progreso de la comunicación e información de la Comisión de Extensión.

- **Objetivo Comunicacional:**
Posicionar la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

- **Descripción:** Elaboración de trifoliales que informen al grupo objetivo sobre la Comisión de Extensión.

- **Acciones:**
 - a) Acción 1: Elaboración de trifoliales.
 - b) Acción 2: Reunión con el Coordinador para validación de impresos.
 - c) Acción 3: Distribución de trifoliales a docentes de la ECC.

- **Imágenes:**



Trifoliales disponibles en la oficina de la Comisión de Extensión de la Escuela de

Ciencias de la Comunicación, proyecto a cargo por la epesista Karen Urizar.

- **Estrategia:**
Activación de redes sociales
- **Objetivo Comunicacional:**
Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.
- **Descripción:**
Utilización y manejo de artes gráficas en plataformas digitales.
- **Acciones:**
 - a) Acción 1: Diseño de artes de la Comisión.
 - b) Acción 2: Reunión con Coordinador para entrega de artes finales y autorización para su circulación.
 - c) Acción 3: Utilización de artes en plataformas digitales.
- **Imágenes:**



Imagen 1. Para utilización en plataformas digitales, proyecto a cargo por la epesista Karen Urizar.



Imagen 2. Para utilización en plataformas digitales, proyecto a cargo por la epesista Karen Urizar.

- **Estrategia:**
Fortalecimiento y relanzamiento de herramientas informativas.
- **Objetivo Comunicacional:**
Vincular a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con la Comisión de Extensión.
- **Descripción:**
Elaboración de revistas informativas y didácticas de forma mensual para promover la Comisión y lograr sus objetivos.
- **Acciones:**
 - a) Recopilación de elementos para diseño de las revistas.
 - b) Búsqueda y unificación de información para las revistas.
 - c) Invitación a docentes para participar en la revista.
 - d) Entrega de información por parte de docentes a la Comisión.
 - e) Entrega propuesta final no. 1 de la revista a Coordinador.
 - f) Elaboración de rediseño de la revista.
 - g) Aprobación de contenido y propuesta de diseño no. 2 de la revista por Coordinador.
 - h) Elaboración de revista ejemplar No. 2 de mes octubre.
 - i) Entrega propuesta final de la revista No. 2 a Coordinador.
- **Imágenes:**



**Entrega de Revista Comunicación y Cultura al Coordinador de la Comisión de Extensión, proyecto a cargo por la epesista Karen Urizar, septiembre 2017.
Véase revistas completas en anexos.**

- **Estrategia:**
Fortalecimiento y relanzamiento de herramientas informativas.
- **Objetivo Comunicacional:**
Vincular a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con la Comisión de Extensión.
- **Descripción:**
Lanzamiento de la revista didáctica e informativa.
- **Acciones:**
 - a) **Acción 1:** Determinar con los autores la presentación de la revista.
 - b) **Acción 2:** Distribución de invitaciones para el lanzamiento de la revista a todos los docentes de la ECC.
 - c) **Acción 3:** Evento de lanzamiento de la Revista
- **Imágenes:**

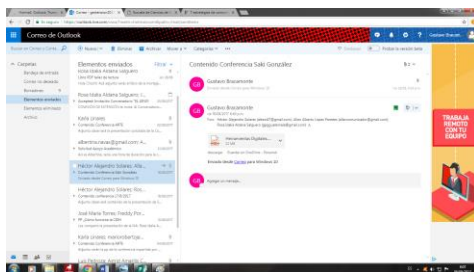


**Exposición de artículo por el autor
Lic. Axel Gonzalez en el evento Lanzamiento
De la Revista. Proyecto a cargo de la epesista
Karen Urizar. Septiembre, 2017**



**Exposición de diseño y
diagramación por la diseñadora
en el evento de Lanzamiento de la
revista. Proyecto a cargo de la
Epesista Karen Urizar. Sept, 2017.**

- **Estrategia:**
Activación de redes sociales y plataformas.
- **Objetivo Comunicacional:**
Establecer canales de comunicación efectivos.
- **Descripción:** Utilización de plataforma Outlook, para dar importancia, compromiso y mantener comunicación eficaz respecto a contenidos e información de las actividades para los docentes.
- **Acciones:**
 - a) Acción 1: Solicitación de datos de docentes a Coordinación PAD y vespertina.
 - b) Acción 2: Creación de cuenta Outlook y manejo de contactos directos e información de la Comisión.
 - c) Acción 3: Comunicación entre la Comisión y profesionales colaboradores a las actividades de la Comisión.
- **Imágenes:**



Captura de imagen utilizando cuenta Outlook para la Comisión de Extensión, para envío de invitación y recordatorio a los docentes de la ECC sobre las actividades de la Comisión de Extensión; proyecto a cargo de la epesista Karen Urizar. Agosto, 2017



Manejo de Revista en Facebook a través de la Plataforma Issuu. Proyecto A cargo de la epesista Karen Urizar. Agosto, 2017

- **Estrategia:**
Fortalecimiento de imagen institucional
- **Objetivo Comunicacional:**
Posicionar la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- **Descripción:** Se implementó estrategias para destacar la imagen institucional en las distintas actividades que realizadas por la Comisión.
- **Acciones:**
 - a) **Acción 1:** Adquisición de aguas embotelladas para conferencias y docentes que asistían a los talleres programados por la Comisión.
 - b) **Acción 2:** Elaboración y colocación de etiquetas de aguas para promover a la Comisión.
 - c) **Acción 3:** Adquisición de libretas y lapiceros con sus respectivas grabaciones textuales para docentes de los talleres programados con el fin de promover a la Comisión de Extensión como instancia de la ECC.
 - d) **Acción 4:** Elaboración y uso de camisas por parte del equipo de la Extensión con imagotipo de la Comisión y de la ECC.
- **Imágenes:**



Uso de camisas institucionales en las Distintas actividades de la Comisión de Extensión proyecto a cargo de la epeista Karen Urizar– agosto 2017

- **Estrategia:**
Creación de filosofía institucional de la Comisión de Extensión
- **Objetivo Comunicacional:**
Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.
- **Descripción:**
Se creó un manual informativo que contenga información esencial del manejo idóneo de sus elementos comunicacionales, su administración y la dirección correcta de la Comisión de Extensión.
- **Acciones:**
 - a) Elaboración de manual informativo.
 - b) Reunión para presentación de manual con Coordinador y Director.
 - c) Reunión para aprobación del manual final con Director.
 - d) Publicación de manual en la página oficial de la ECC.
- **Imágenes:**

2 MANUAL INFORMATIVO

ÍNDICE

MANUAL INFOR MATIVO

4 DEFINICIÓN	5 MISIÓN VISIÓN	6 OBJETIVOS	7 FUNCIONES/ ATRIBUCIONES	8 ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES	9 ANTECEDENTES
11 INTEGRANTES	12 ORGANIGRAMA	13 FUNCIONES DE LOS INTEGRANTES	17 COORDINADOR GUSTAVO BRACAMONTE -DATOS BIOGRÁFICOS-	19 IDENTIDAD VISUAL	23 PALABRAS DE LA AUTORA

**Tabla de contenidos del Manual informativo de la Comisión de Extensión.
Proyecto a cargo de la epesista Karen Urizar. Véase manual completo en anexos.**

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

		TIEMPO DE DURACIÓN									
MES		JUNIO					JULIO				
ACTIVIDAD		1s	2s	3s	4s	5s	1s	2s	3s	4s	5s
Reuniones para situar las carteleras institucionales											
Utilización de Carteleras Institucionales											
Reunión con diseñadora para manta vinílica											
Colocación de Manta											
Búsqueda y análisis de información											
Entrevista con ex director y ex coordinador de la comisión											
Reuniones para revisión y aprobación de filosofía institucional											
Elaboración de diseño de trífoliares											
Diseño de Artes											
Utilización de artes en plataformas digitales											
Recopilación de información para revista 1											
Realización de propuestas de diseño de revista 1											
Reunión de revista a Coordinador y Director para su aprobación											
Reunión con los autores editoriales de la revista para lanzamiento											
Distribución de invitaciones para lanzamiento de revista 1											
Realización de evento de lanzamiento revista 1											
Creación y utilización de cuenta Outlook para activar en plataformas											
Adquisición de productos para imagen institucional											
Utilización de productos para imagen institucional en actividades de la Comisión											
Recopilación de información para revista 2											
Distribución de invitaciones para lanzamiento de revista 2											
Realización de evento de lanzamiento revista 2											

Fuente: Enciclopedia IT pro Gestión de proyectos,
<http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS (Participación)	INDICADORES CUALITATIVOS (Comentarios)
<p>Actualización de los medios de comunicación existentes en la Comisión</p> <p>Objetivo: Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza.</p>	<p>De aproximadamente 80 docentes de la ECC, 50 de ellos se benefician de la cartelera institucional por estar ubicada en un área estratégica para su visualización.</p>	<p>“Muy bonita y útil la cartelera para el uso de la Comisión de Extensión por sus diversas actividades para la ECC”</p>
<p>Ejecución de imagen institucional</p> <p>Objetivo: Posicionar la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.</p>	<p>El 90% de los asistentes a la actividades se enteraron que los eventos eran realizados por la Comisión de Extensión y un 25% de los estudiantes de la ECC se enteraron de la proyección de la Comisión por ésta vía.</p>	<p>“Se sabe que son actividades de la Comisión de Extensión por la manta”</p> <p>“La Comisión en el presente año ha tenido bastante proyección”</p>
<p>Creación de filosofía institucional de la Comisión de Extensión</p> <p>Objetivo: Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales.</p>	<p>Coordinador y Dirección de la ECC obtuvieron y validaron la filosofía institucional de la Comisión de Extensión.</p>	<p>“Información muy útil para relanzar a la Comisión de Extensión en la ECC”</p> <p>“Es indispensable trabajar esa área para mejorar la comunicación de la Comisión de Extensión”</p>
<p>Progreso de la comunicación e información de la Comisión de Extensión</p> <p>Objetivo: Posicionar la Comisión de Extensión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación</p>	<p>De los 60 docentes que aproximadamente laboran en la jornada vespertina, 50 recibieron un material impreso; trifoliar informativo de la Comisión.</p>	<p>“Muy buen trabajo el tratar de destacar a la Comisión de Extensión”</p> <p>“La información que contiene el trifoliar nos sirve mucho para conocer aún más la Comisión”</p>

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS (Participación)	INDICADORES CUALITATIVOS (Comentarios)
<p>Activación de redes sociales</p> <p>Objetivo: Fortalecer los medios de comunicación que la Comisión de Extensión utiliza</p>	<p>El 70% de los docentes de la ECC recibieron, observaron y enfatizaron las artes gráficas manejadas en plataformas y aplicaciones digitales.</p>	<p>“Muy buena la dinámica como se está trabajando las plataformas digitales”</p> <p>“Eficiente el medio para recordarse y enterarse de las actividades de la Comisión”</p>
<p>Fortalecimiento y relanzamiento de herramientas informativas</p> <p>Objetivo: Vincular a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con la Comisión de Extensión</p>	<p>En el contenido de la revista participaron específicamente docentes de la ECC, se publicaron 3 artículos, además de la presentación por Coordinador y la mayoría de los docentes participaron en la publicación y lanzamiento de la revista.</p>	<p>“Muy limpio y creativo el diseño de la Revista”</p> <p>“Felicitaciones por el trabajo de la revista tan elaborado y presentable”</p> <p>“Muy creativa la revista, sin dejar la presentación académica”</p>
<p>Fortalecimiento y relanzamiento de herramientas informativas</p> <p>Objetivo: Vincular a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con la Comisión de Extensión.</p>	<p>De los 50 docentes aproximadamente de la jornada vespertina, 35 asistieron a los eventos “lanzamiento de revista No. 1 y No. 2” y un 90% obtuvo un ejemplar de la revista.</p>	<p>“Felicitaciones por la dedicación y apoyo para la Comisión de Extensión”</p> <p>“Buen trabajo en el diseño de la revista “Comunicación y Cultura”.</p>
<p>Activación de redes sociales y plataformas</p> <p>Objetivo: Establecer canales de comunicación efectivos</p>	<p>70 de docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación reciben información y notificaciones de la Comisión de Extensión por medio de la cuenta Outlook.</p>	<p>“Gracias por invitarme a tan enriquecedora actividad”</p> <p>“Asistiré a la conferencia y gracias por recordarme”</p>

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS (Participación)	INDICADORES CUALITATIVOS (Comentarios)
<p>Ejecución de imagen institucional</p> <p>Objetivo: Ejecutar herramientas necesarias para institucionalizar la Comisión de Extensión</p>	<p>El 80% de docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación observó y recibió las herramientas utilizadas para la proyección de la imagen institucional de la Comisión de Extensión; además el 100% de los conferencias recibieron herramientas para dicho trabajo, así como diversos salones completos que presenciaron conferencias en donde participaron de la proyección. Los productos de apoyo para trabajar la imagen fueron 100 lapiceros con la imagen de la Comisión y 50 libretas.</p>	<p>“Mucho entusiasmo observó por parte de EPSL para la Comisión de Extensión”</p> <p>“Bonito trabajo el que EPSL está realizando en la proyección de la imagen institucional de la Comisión de Extensión”</p>
<p>Creación de filosofía institucional de la Comisión de Extensión.</p> <p>Objetivo: Ejecutar estrategias de comunicación que se adapten a las necesidades comunicacionales</p>	<p>Se brindó el manual informativo de la Comisión de Extensión a la biblioteca de la ECC, a la biblioteca central y se publicó en la página oficial de la ECC.</p>	<p>“Excelente labor en el manual informativo”</p> <p>“Muy completo , siguiendo la línea académica pero al mismo tiempo bello el trabajo”</p> <p>“Útil y completo manual informativo de la Comisión de Extensión”</p>

CONCLUSIONES

Actualmente la “comunicación efectiva es una forma de comunicación, que logra transmitir un mensaje claro a su/sus interlocutores sin generar confusión y así lograr un objetivo determinado”. La Comisión de Extensión por ser una entidad cuyo objetivo principal es crear diferentes actividades y proyectos comunicacionales con el fin de coadyuvar en la formación del comunicador social, teniendo como principio la realidad social para la acción comunicativa del estudiante y docente en la sociedad y el correcto desarrollo en el campo de la comunicación, periodismo, publicidad y locución.

Entidades con fines académicos como lo es la Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación le son necesarias estrategias, acompañadas de acciones y herramientas que permitan el crecimiento tanto de la misma como de sus empleados para continuar con la labor expandir conocimiento que beneficiará a los participantes como a la población guatemalteca.

Es indispensable el manejo de estrategias comunicacionales en una institución, ya que sin una correcta comunicación es imposible lograr metas, aumentar productividad y generar los resultados que se deben de alcanzar para el crecimiento de la institución.

La administración de un conjunto de elementos comunicativos cumple también su función de desarrollo de la institución, lo que conducirá a formar una eficaz imagen corporativa, que es tan importante en la Comisión de Extensión, porque ella refleja al público lo que es la institución y qué función tendrá dentro de la comunidad guatemalteca.

La importancia de la comunicación institucional es entonces; “comprender las necesidades de los distintos públicos objetivos y darle solución a estas por medio del mejor canal de comunicación que se adapte a la institución”.

RECOMENDACIONES

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Imagen Corporativa. La imagen es la representación, la figura de algo o alguien, en tanto, por corporativa se llamará a todo aquello inherente o propio de una organización pública o privada, que disponen de diversos fines, siendo en el caso privado la comercialización de productos y servicios la más corriente.

Financiamiento. Se denomina financiamiento al acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro.

Imagotipo. Es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado. No sería extraño encontrar por separado las distintas partes del imagotipo. En algunos packs de productos veremos el símbolo, en otros, veremos la tipografía.

Festival. Conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte.

Cronograma. Calendario de trabajo.

Tabulación. Acción y efecto de tabular. En las máquinas de escribir, conjunto de los topes del tabulador.

Identidad. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.

Observación. Acción y efecto de observar.

impreso. Hoja u hojas impresas con espacios en blanco para llenar en la realización de trámites

Comunicación.

Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor

Diagnostico. Acción y efecto de diagnosticar.

Coordinar. Unir sintácticamente dos o más elementos del mismo nivel jerárquico.

Divulgar. Publicar, extender, poner al alcance del público algo.

Conocimiento. Entendimiento, inteligencia, razón natural.

Redes sociales. Comunidades on line de individuos que poseen intereses o actividades en común.

Digital. Dicho de un aparato o de un sistema: Que presenta información, especialmente una medida, mediante el uso de señales discretas en forma de números o letras.

Boletín. Publicación destinada a tratar de asuntos científicos, artísticos, históricos o literarios, generalmente editada por alguna corporación.

Docente. Perteneciente o relativo a la enseñanza.

Público. Conjunto de las personas que participan de unas mismas aficiones o con preferencia concurren a determinado lugar.

Patrocinio. Apoyar o financiar una actividad, normalmente con fines publicitarios.

Asesoría. Estipendio o derechos del asesor.

Proyecto: prime esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva.

Actividades: conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad.

Práctica: realizar las prácticas que permiten a alguien habilitarse y poder ejercer públicamente su profesión

Estrategia: arte, traza para dirigir un asunto.

Cartelera: armazón anunciador educada para fijar los carteles o anunciados públicos.

Eventos: suceso importante y programa, de índole social, académica, artístico.

Plataforma: programa o conjunto de reivindicadores o exigencias que presenta

Conferencias: reunión de representantes de un agrupación determinadas, para asuntos

Comisión: conjunto de personas encargadas por la ley, o por una corporación o autoridad, de ejercer una determinadas competencias permanentes o entender en algún asunto específico.

Revista.Publicación periódica con textos e imágenes sobre varias materias, o sobre un aespecialmente.

BIBLIOGRAFÍA

Luis López Forero. (1992) Introducción a los Medios de Comunicación. Colombia: USTA.

Arthur T. Turnbull y Russell N. Baird. (1995) Comunicación Gráfica. México, D. F: Trillas.

Periódico Universidad número 234. 338 años de fundación 1676 – 2014

Brandolini, M. (2010)

Kotler, P. (s.f) Dirección de Mercadotecnia. En P. Kotler, Dirección de Mercadotecnia (págs.246, 287). Prentice Hall.

E GRAFÍA

<http://www.rae.es/diccionario-de-la-lengua-espanola/la-23a-edicion-2014>

<http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

<http://www.unp.edu.ar/extension/index.php/organos-de-gobierno/gestion-de-proyectos-comunicacionales>

<http://www.usac.edu.gt/>

ANEXOS

Interpretaciones del resultado de las encuestas	
<p>1. ¿Conoce usted la Comisión de Extensión y a sus integrantes?</p>	<p>Si – 28: El número demostró que la mayoría de docentes están enterados de la situación de la Comisión que únicamente el Lic. Bracamonte se encuentra en ella, quién es el coordinador de la Comisión.</p> <p>No – 2: La mínima cantidad del número deduce que los docentes mantienen desinterés respecto a las áreas y situaciones de la ECC.</p>
<p>2. ¿Conoce las funciones de la Comisión de Extensión?</p>	<p>Si – 23: Los docentes conocen las funciones de la comisión en la institución.</p> <p>No – 7: El número indica que por indiferencia, desinterés o falta de información no conocen las funciones de la comisión.</p> <p>Se identifica un faltante de información indispensable en la Comisión de Extensión, faltante donde se tiene que trabajar para mantener la imagen y sentido de la Comisión de manera sólida.</p>
<p>3. Si su respuesta a la interrogante #2 fue positiva ¿Considera que la Comisión logrará los resultados esperados?</p>	<p>Si – 20 No – 6 Vacío – 4</p> <p>La mayoría tienen una visión positiva en los logros futuros de la Comisión.</p> <p>La indiferencia y falta de información se manifiesta en los 10 resultados entre NO y VACÍO.</p>
<p>4. ¿Estaría dispuesto a colaborar para que la Comisión logre cumplir sus objetivos?</p>	<p>Si – 28 No – 2: La mayoría, independientemente su disponibilidad en las distintas formas que existen manifestaron colaborar para lograr los objetivos de la Comisión.</p>

Transcripción completa de Entrevista

Nombre: Hugo Gálvez

Cargo: Docente de la ECC

Fecha: 26 de febrero de 2017

Tipo de entrevista: Semi abierta

Objetivo de la entrevista: Diagnóstico de comunicación interna de la Comisión de Extensión.

Todos tenemos que cooperar como profesionales que somos, también transmitir esa importancia para los estudiantes.

Los docentes tenemos que colaborar entre nosotros informando las actividades, informándonos a nosotros mismos y animándonos a participar para colaborar para nuestro propio beneficio, y el de la Escuela porque los estudiantes y Escuela en sí se benefician que haya actividad por parte de las funciones y objetivos de la Comisión de Extensión; y participando en la interacción con los estudiantes y entre nosotros mismos para integrar contenido.

El mantener la importancia de todas las áreas de la Escuela, no mostrar indiferencia entre compañeros, y observar la correcta administración de diversos recursos que la Escuela proporciona.

Transcripción completa de Entrevista

Nombre: Freddy Poroj

Cargo: Docente de la ECC

Fecha: 26 de febrero de 2017

Tipo de entrevista: Semi abierta

Objetivo de la entrevista: Diagnóstico de comunicación interna de la Comisión de Extensión.

La comunicación interna de la Comisión de Extensión es muy fluida por el hecho que los docentes estamos cerca de la oficina de la Comisión, el coordinador siempre está atento de brindarnos a los docentes invitaciones, recordatorios de las actividades. La comunicación es muy fluida. Los alumnos necesitan escuchar experiencias y muchos conocimientos en cuanto materia, es importante que los estudiantes están enterados de la situación laboral actual.

La comunicación podría mejorar por medio de los medios de plataformas digitales, que es que actualmente se utiliza. En cuanto los medios que la Comisión utiliza, podría decir que hay una comunicación directa y lineal ya que es boca a boca, impresa y escrita. La comunicación que hay actualmente entre la Comisión y docentes ha sido fluida y la ventaja que tiene el Coordinador es que sabe a quién ubicar y también se guía conforme a los horarios de los docentes.

Referente a la colaboración para la Comisión, la invitación a los docentes es un beneficio también para nosotros los docentes ya que nos respalda, nos ayuda con la actualización y nos beneficia en los certificados para nuestra formación académica; y para los estudiantes los beneficiados son ellos por el porte de conocimientos en cuanto acervo cultural y apoyo de los cursos, Al final de cuenta contribuye a la academia y nos beneficia a todos los que estamos dentro del proceso de la función de la Comisión de Extensión.



Modelo de encuesta

¿Conoce usted la Comisión de Extensión y a sus integrantes?

Sí____

No____

¿Conoce el fin de la Comisión de extensión?

Sí____

No____

Si la Conoce, ¿considera que se lograrán los resultados esperados de la comisión?

Sí____

No____

¿Estaría dispuesto a colaborar para lograr el fin de ésta?

Sí____

No____

¿Conoce la razón por la cual surgió tal comisión?

Sí____

No____

¿Tiene conocimiento del Perfil del Comunicador Integral, el cual distintas instituciones solicitan actualmente? Sí____ No____

¿Considera que herramientas como las que brinda la Comisión darán como resultado comunicadores competentes con perfil integral?

Sí____

No____

¿Está enterado de las distintas actividades que brinda la Comisión de Extensión?

Sí____

No____

Si está enterado, ¿por cuál medio usted se entera?

Correo electrónico____ Whatsapp____ Facebook____ Medios impresos____

Boca a boca____

¿Con cuánto tiempo de anticipación se entera de las actividades que proporciona la Comisión?

El mismo día____ 1-3 días____ 3-5 días____ 2-4 semanas____

¿Recibe usted anticipadamente alguna guía o documento como apoyo para apurar dudas y hacer que su participación y la de sus estudiantes establezca fines académicamente?

Sí____

No____

Si no recibe ninguna guía o documento para informarse sobre los temas y actividades ¿le gustaría recibir uno de estos instrumentos por cualquier medio?

Sí____

No____

Si su respuesta fue positiva, ¿por cuál medio le gustaría recibirlo?

Correo electrónico____ Whatsapp____ Facebook____ Impreso____

¿Estaría dispuesto a contribuir con la participación y relevancia de su persona y la de sus estudiantes para la comisión? Sí____ No____



9.3 Vaciado de las encuestas



Instrucciones: Favor marcar con una X presentan.

¿Conoce usted la Comisión de Extensión y a sus integrantes?

Sí= **28**

No= **2**

¿Conoce el fin de la Comisión de extensión?

Sí= **23**

No= **7**

Si la Conoce, ¿considera que se lograrán los resultados esperados de la comisión?

Sí= **20**

No= **6**

vacío= **4**

¿Estaría dispuesto a colaborar para lograr el fin de ésta?

Sí= **28**

No= **2**

¿Conoce la razón por la cual surgió tal comisión?

Sí= **12**

No= **18**

¿Tiene conocimiento del Perfil del Comunicador Integral, el cual distintas instituciones solicitan actualmente? Sí= **15** No= **15**

¿Considera que herramientas como las que brinda la Comisión darán como resultado comunicadores competentes con perfil integral?

Sí= **19**

No= **9**

vacío= **2**

¿Está enterado de las distintas actividades que brinda la Comisión de Extensión?

Sí= **28**

No= **2**

Si está enterado, ¿por cuál medio usted se entera?

Correo electrónico= **4**

WhatsApp= **3**

Facebook= **4**

Medios impresos= **17**

Boca a boca= **2**

¿Con cuánto tiempo de anticipación se entera de las actividades que proporciona la Comisión?

El mismo día= **6**

1-3 días= **7**

3-5 días= **12**

2-4 semanas= **5**

¿Recibe usted anticipadamente alguna guía o documento como apoyo para apurar dudas y hacer que su participación y la de sus estudiantes establezca fines académicamente?

Sí= **10**

No= **20**

Si no recibe ninguna guía o documento para informarse sobre los temas y actividades ¿le gustaría recibir uno de estos instrumentos por cualquier medio?

Sí= **28**

No= **0**

vacío= **2**

Si su respuesta fue positiva, ¿por cuál medio le gustaría recibirlo?

Correo electrónico= **13**

WhatsApp= **7**

Facebook= **4**

Impreso= **6**

¿Estaría dispuesto a contribuir con la participación y relevancia de su persona y la de sus estudiantes para la comisión? Sí= **28** No= **0** vacío= **2**

DEFINICIÒN

Unidad administrativa formada por un conjunto de acciones que expresan la vocación universitaria de proyectar dinámica y coordinadamente la cultura y vincular al ^{alto} pueblo con la Universidad, sujeta a estudios y actividades filosóficas, científicas, artísticas y técnicas, mediante la cual se auscultan, exploran y recogen del medio social, nacional y ^{universal}, los problemas, datos y valores culturales que existen en todos los grupos sociales, lo que conlleva la comunicación activa y creadora de la comunidad universitaria de la Escuela de Ciencias de la Comunicación aspectos académicos y culturales en relación con ^{en} estudiantes, docentes, coordinadores, Extensión Universitaria y público en general, con el objetivo de promover el desarrollo comunicacional, en ^{en} cuestión de arte, cultura, ciencia, social, a nivel universitario y en la comunidad guatemalteca.

MISIÒN

Colaborar en la formación del comunicador social ^{de la ECC} teniendo como principio la realidad social para la acción comunicativa del hombre en la sociedad, ^{estudiantes y docentes} para el correcto desarrollo en el campo de la comunicación, el periodismo, la publicidad y la locución

VISIÒN

Lograr ^{en la comunicación} extender la formación de profesionales ^{en la comunicación} integrales que se comprometan al bien común en todos los ambientes sociales y laborales con excelencia académica, ^{de la universidad del país} con un alto sentido de responsabilidad que les permita participar en pro del desarrollo social del país.

Resolvió 25-8-2017



COMISIÓN DE EXTENSIÓN DE LA ECC

Definición. Instancia administrativa formada por acciones que expresan la vocación universitaria de proyectar dinámica y coordinadamente la cultura y vincular al pueblo con la Universidad, sujeta a estudios y actividades filosóficas, científicas, artísticas y técnicas, mediante la cual se auscultan, exploran y recogen del medio social y nacional, los problemas, datos y valores culturales que existen en

todos los grupos sociales, lo que conlleva la comunicación activa y creadora de la comunidad universitaria de la Escuela de Ciencias de la Comunicación académicas y culturales con relación a los estudiantes, docentes, coordinadores, Extensión Universitaria y público en general, con el objetivo de promover el desarrollo comunicacional el arte, la cultura, la ciencia a nivel de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y en la comunidad guatemalteca.



MISIÓN

Coadyuvar en la formación del comunicador social, teniendo como principio la realidad social para la acción comunicativa del estudiante y docente en la sociedad, y el correcto desarrollo en el campo de la comunicación, el periodismo, la publicidad y la locución.

VISIÓN

Extender la formación de profesionales en la comunicación que se comprometan al bien común en todos los ambientes sociales y laborales, con excelencia académica, y un alto sentido de responsabilidad que les permita participar en pro del desarrollo social de la universidad y del país.

ACTIVIDADES Y PROYECTOS A

CARGO DE LA COMISIÓN

- ♦ Talleres para el área de docencia.
- ♦ Talleres para área administrativa.
- ♦ Talleres dirigidos a todas áreas, (estudiantil, docencia y administrativa).
- ♦ Conferencias
- ♦ Cine foros
- ♦ Capacitaciones dirigidas al cuerpo de docentes de la ECC
- ♦ Festivales académicos
- ♦ Club de poesía
- ♦ Club de lectura
- ♦ Publicaciones de contenidos.
- ♦ Cátedra (reunión para tocar temas de estudio de comunicación, semiología y lingüística).

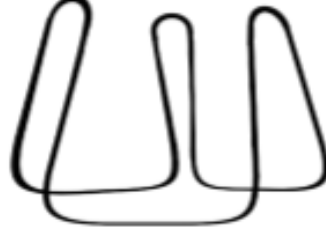
COMISIÓN DE EXTENSIÓN

Coordinador:
Dr. Gustavo Bracamonte

Con apoyo de EPSI 2017

COMISIÓN DE EXTENSIÓN

Expandiendo Conocimiento...



Comisión de Extensión

#Eccesacadémia

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

OBJETIVOS DE LA COMISIÓN DE EXTENSIÓN

- ◆ Estimular el desarrollo social
- ◆ Elevar el nivel espiritual, intelectual y técnico de la Escuela.
- ◆ Brindar soluciones fundamentales a los problemas de interés general de manera imparcial y objetivamente.
- ◆ Favorecer la formación integral de los estudiantes y de los demás miembros de la comunidad universitaria.
- ◆ Crear un vínculo en la comunicación activa y creadora de los universitarios con la sociedad, para el establecimiento de prioridades y desarrollo de una conciencia de solidaridad entre estudiantes y docentes.
- ◆ Elevar la calidad e innovación de la comunidad académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- ◆ Establecer la actualización académica en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- ◆ Desarrollar programas comunicacionales competitivos, recreativos y formativos en las disciplinas de publicidad, locución, perfomance y comunicación con proyección a la población universitaria y guatemalteca.



COMISIÓN DE EXTENSIÓN

2o Nivel Oficinas
Comisión de Extensión
Edificio M2,
Ciudad Universitaria,

Zona 12, Ciudad de Guatemala
Contacto Directo: Coordinador Extensión
Dr. Gustavo Bracamonte
E-mail: gbracamonte1952@hotmail.com

Fotografías e imágenes



**Publico en conferencia de Bienvenido Argueta.
Julio, 2017**



**Conferencia de José Antonio Escobar con el tema:
Formatos Accesibles de Información y Contenidos Digitales. Junio, 2017.**



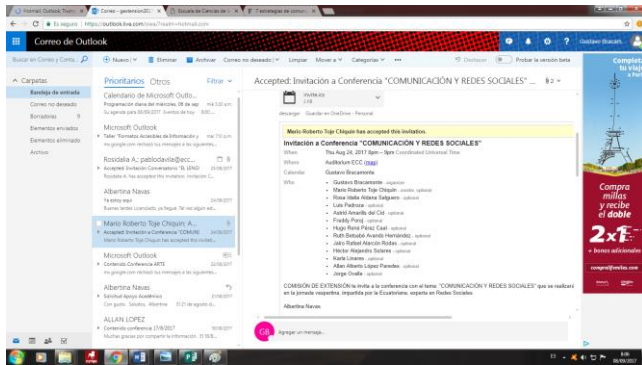
**Taller de Lectura en Salón de Docentes
Edificio M2. Julio, 2017**



**Taller impartido por Dr. Carlos Interiano en Auditorium M2 con el
tema: Técnicas de investigación para docentes. Julio, 2017**



**Etiquetas de botellas de agua que
identifican la Comisión**



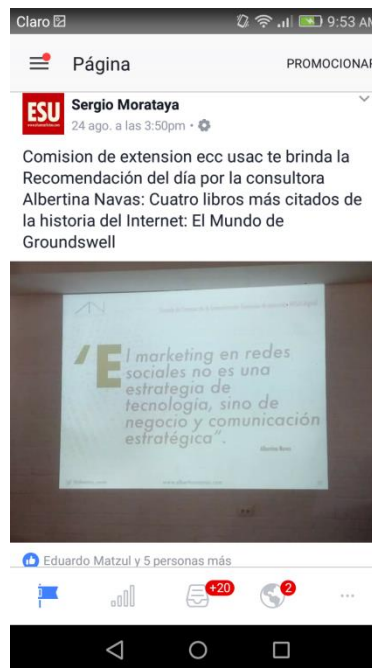
Captura de imagen utilizando cuenta Outlook para la Comisión de Extensión, para envío de contenidos a los docentes de la ECC sobre las conferencias brindadas por la Comisión. Proyecto a cargo de la epesista Karen Urizar. Agosto, 2017



Manejo de contenidos en Fanpage de Dirección



Manejo de contenido en Fanpage de Dirección de la ECC en Facebook Proyecto a cargo de la epesista Karen Urizar



Manejo de contenidos en Fanpage de Dirección de la ECC en Facebook. Proyecto a cargo de la epesista Karen Urizar

REVISTA FINAL EJEMPLAR No. 1



Comisión de Extensión

COMUNICACIÓN Y CULTURA

06 SODOMA,
DESOBEDIENCIA CIUDADANA

10 CONOCIMIENTO,
COMUNICACIÓN Y LENGUAJE

14 IMPERIALISMO MEDIÁTICO,
UNA NUEVA ENCRUCIJADA

GUATEMALA, SEPTIEMBRE 2017 NO. 1



COMISIÓN DE EXTENSIÓN COMUNICACIÓN Y CULTURA

DIRECTORIO

Director:

Msc. Sergio Morataya

Secretaria:

MA. Claudia Molina

Coordinador Comisión de

Extensión:

Dr. Gustavo Bracamonte

Impresión:

Sergio González

Digitalización, diseño y diagramación:

Karen Urizar

Fotografías e ilustraciones no acreditadas:

Karen Urizar/Archivo

Editado e impreso en la

Comisión de Extensión de la

Universidad de San Carlos de

Guatemala

Edificio M2, Escuela de Ciencias

de la Comunicación, Ciudad

Universitaria, Zona 12, Ciudad de Guatemala.





PRE SEN TA CIÓN

GUSTAVO BRACAMONTE

La Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación inicia la publicación de la revista *Cultura y comunicación* con el objetivo que los docentes universitarios publiquen ensayos, investigaciones, artículos científicos o culturales con el propósito de generar debate académico-científico, crear un espacio para comunicar el pensamiento del docente de la Escuela, un espacio para el flujo de ideas y la discusión fundamentada en el campo de lo cultural como de la comunicación.

Es menester que en una institución universitaria se investigue y se comunique lo que se indaga; se produzca conocimiento y se informe acerca de la producción; se escudriñe los avances culturales y de las ciencias de la comunicación y se comunique para el enriquecimiento de la comunidad académica universitaria.

También es fundamental una discusión de los temas urgentes con el propósito de procurar el desarrollo intelectual que debe darse en la universidad y específicamente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Bienvenidas y bienvenidos a este espacio de la palabra, del discurso y la episteme que hoy se impulsa.

Los hombres sabios hablan porque tienen algo que decir; los necios porque tienen que decir algo.-Platón.

**Coordinación de la
Comisión
de Extensión**

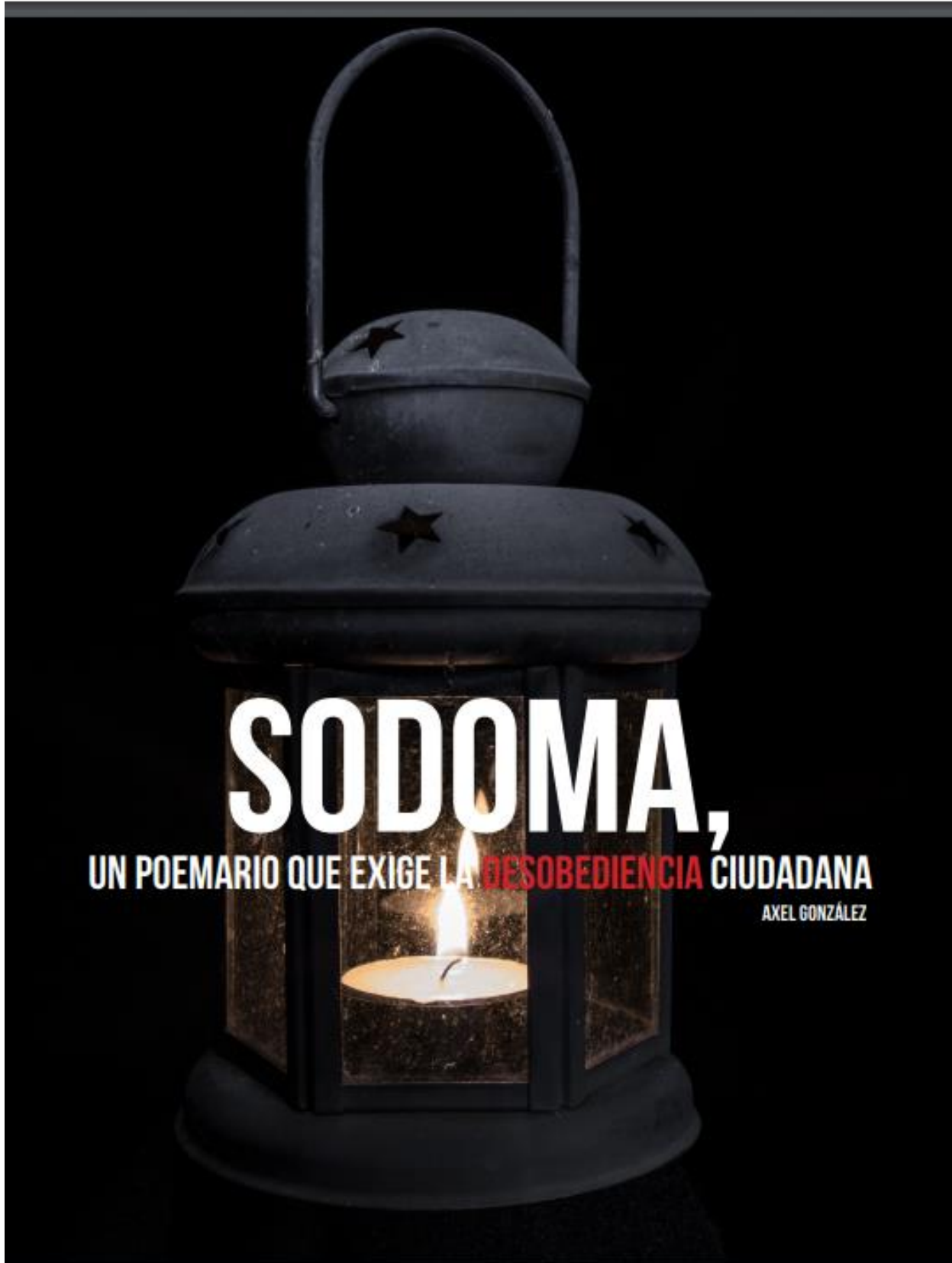
3





COMISIÓN DE EXTENSIÓN 2017

5



SODOMA,

UN POEMARIO QUE EXIGE LA DESOBEDIENCIA CIUDADANA

AXEL GONZÁLEZ

Sodoma, un poemario que exige la desobediencia ciudadana

Sodoma y sus treinta poemas, nos atropella desde la primera letra porque nos enfrenta a una ruidosa denuncia, pero no de la vida, sino de la injusticia y de la sociedad. El poeta se retrata solo. Sin un Dios que dé sentido a su vida y sin un demonio que ilumine su destino. Por eso, grita y grita y grita en cada palabra, llenando el poemario de más de mil denuncias.

Sodoma, como título del poemario, es para entender fácilmente el contenido del texto. Sin ese título sería difícil predecir de qué se trata. El número que titula cada poema, sólo interrumpe la lectura, porque existe parentesco inmediato entre uno y otro. Porque reinterpreta y rearma la realidad o trata de hacerlo a partir de los pedazos dejados por este holocausto material y humano.

Sodoma, no es una crónica del pasado inmediato ni del presente efímero porque pretende permanecer en el tiempo. Busca estar al día para el lector de hoy y para el del futuro ya que se nutre de la realidad pero no es exactamente un espejo fiel, sino es un mensaje apocalípticamente que muele los huesos de la esperanza y de los sueños, pretendiendo sacudir el marasmo del lector.

Sodoma contiene un tipo de poesía en donde Gustavo Bracamonte, pone su sensibilidad, su inteligencia y su pluma al servicio de la sociedad, revelando estéticamente, un pensamiento crítico.

La eficacia comunicativa de los poemas de Sodoma es producto de la forma alcanzada y no del tema elegido. Sin embargo, en el poemario, el tema central, es factor

decisivo con respecto a la calidad del resultado ya que se evidencia la comunión entre el autor y su propia conciencia. Porque como esponja, recogió la realidad y la transformó en gritos, al ritmo de la desesperanza.

Se dice que el compromiso directo de la poesía es con su lengua. En ese sentido, la lengua como bien común, en Sodoma, toca la conciencia no sólo de los hablantes vivos, sino también a los muertos y a los que nacerán.

Sabemos que los poemas pueden ser de alguien, pero la poesía es de todos. De esa cuenta, es la comunidad quien da valor a un poeta. Por ello, es incorrecto que un individuo se proclame a sí mismo poeta por el simple hecho de escribir versos. Ese título se lo da la gente. Y se lo da, cuando un poema vive y sobrevive y circula entre los hablantes, y no tienen que ser miles, basta con unos cuantos. Pero esos cuantos deben pertenecer a cada generación, sólo así, puede hablarse de superación y trascendencia. Y por supuesto, lo que trasciende no es el poeta sino la poesía, porque en fin de cuentas, es el idioma el que elige a sus poetas.

Porque para una lengua, la poesía es su gran laboratorio en donde las licencias poéticas, las figuras literarias, los versos, estrofas y escuelas literarias pueden hacer surgir fusiones atómicas, especies híbridas, nuevos materiales con propiedades desconocidas o monstruosos clones.

Gustavo, en esta etapa de tu vida has escrito mucho. Siempre se escribe mucho en tiempos de desesperación, aunque no me queda claro si la desesperación es el signo dominante de estos tiempos o lo es

7

la aceptación de nuestra invalidez producida por el impacto de lo que se creía imposible que pasara y pasó. Me pregunto ¿Qué fue lo que pasó en Guatemala? ¿Ya terminó de pasar lo que pasó?. Sodoma lo grita. Sodoma lo denuncia. Entonces, Sodoma es como un largo metal que introduce en la conciencia, sangre nueva, que de vida a un nuevo ciudadano. A un nuevo guatemalteco.

Sodoma trata de reinventar al nuevo ser para que venga lleno de desobediencia ciudadana fértil y que la resonancia de sus hechos, produzcan el gran eco del ejemplo, para transformar la utopía de la vida del guatemalteco.

Gustavo-Poeta, en esta etapa de tu arte, has logrado la desconstrucción de la metáfora para construir paradigmas. En Sodoma se reinventa más la historia inmediata por encima de las imágenes más antiguas. Sodoma no trata de escandalizar al lector, sino que pretendes rescatar la realidad sin plantearte problemas de legitimidad moral o estética de la antipoesía.

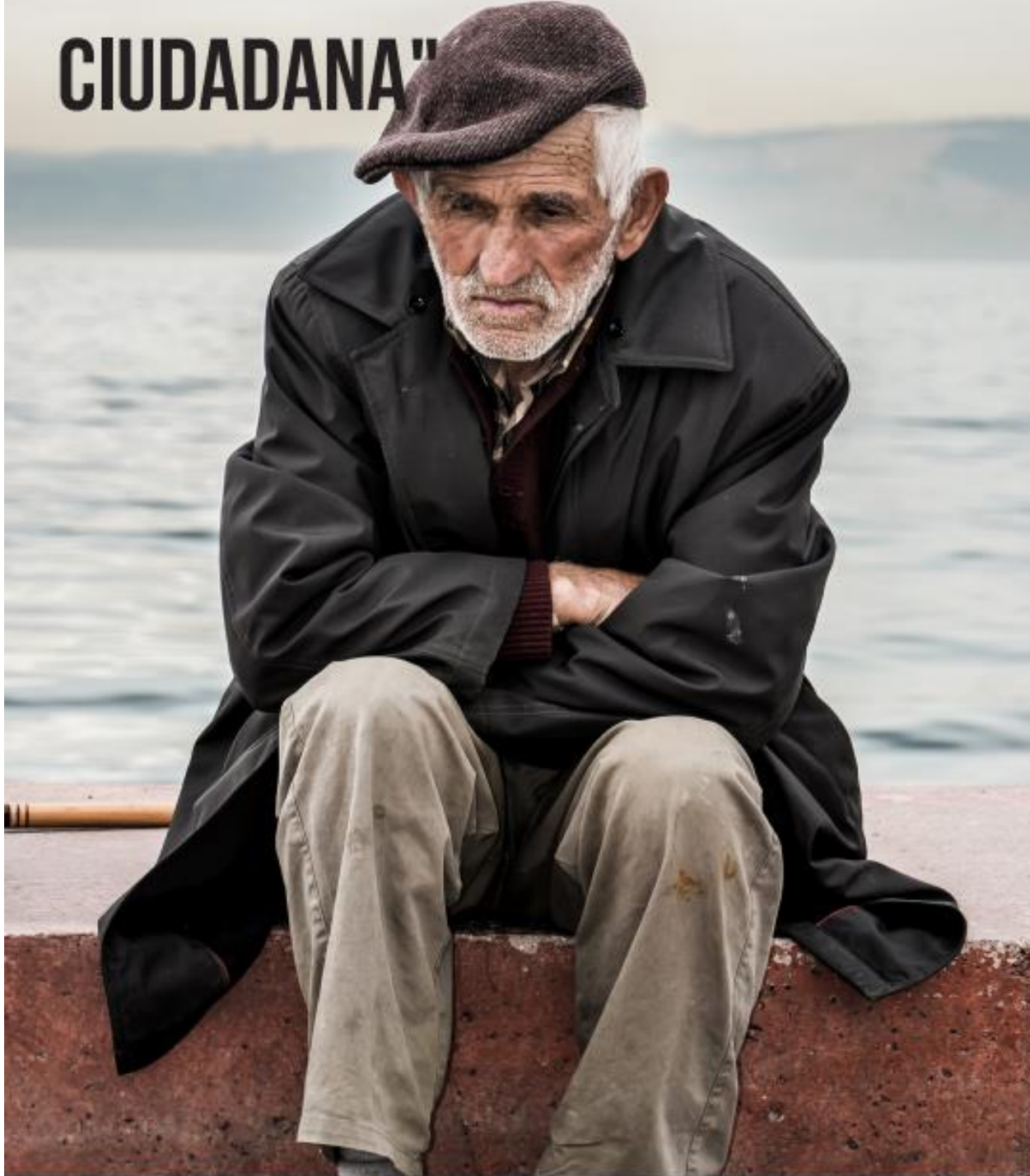
Gustavo, felicitaciones por esta nueva oportunidad de descifrar el acertijo de tus emociones que nos comunican tu verdad, que pretende cambiar al mundo, concienciando al hombre de la injusticia social e instándole a que salga en defensa de la dignidad del país.

Más sobre el autor

Estudió en la Facultad de Humanidades
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Universidad de Panamericana



**"...EXIGE LA DESOBEDIENCIA
CIUDADANA"**





CONOCIMIENTO
LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

10

Conocimiento, lenguaje y comunicación

Autor: Jairo Alarcón Rodas

El conocimiento se inicia en el instante que el intelecto emite un juicio sobre determinado objeto de la realidad, es decir, cuando los sólidos se convierten en estructuras mentales y de ahí en palabras y es que, como diría Wittgenstein: Los límites de mi lenguaje significan los límites de mi mundo, mi mundo lo establece, lo que puedo hablar de éste. Así, los sentidos recogen de la realidad determinada información que es codificada y almacenada por la memoria a manera de conceptos, que a su vez generan juicios y razonamientos. Es por ello el vínculo existente entre el conocimiento, el lenguaje y la comunicación.

Sin la posibilidad de guardar a través de conceptos la información, que proviene de la realidad, los seres humanos serían incapaces de actuar en el mundo. Y es que el hombre posee la facultad del pensamiento abstracto, o sea, la capacidad de reflejar sintetizada la realidad en conceptos expresados en palabras. El animal simbólico, que hablaba Ernst Cassirer, transformó lo concreto en toda una gama de signos para poder comunicarse, orientarse, actuar y modificar a la naturaleza.

Los demás animales también se comunican, así se afianzan sus relaciones, sin embargo, el lenguaje humano se distingue notoriamente del lenguaje animal porque no es una forma de expresión propia del sentimiento sino del pensamiento. De manera que en vez de

representar un revestimiento de la afectividad, constituye el cuerpo verdadero de ésta. El lenguaje, la comunicación que poseemos en común ha fortalecido nuestra humanidad, nos ha hecho en vez de simples antropoides, homo sapiens.

Se habla, hablamos, nos comunicamos, aunque muchas veces el mensaje que se pretende trasladar no es recibido, ni es entendido en forma correcta o quizás, la estructuración de lo que se quiere decir adolece de errores lógicos que impiden una comunicación adecuada, exenta de ruidos.

Sabemos que en toda comunicación se trasladan contenidos de conciencia, ideas, mismas que son producto, en primera instancia, del conocimiento, del referente. Es decir, del material captado por los sentidos que queda grabado, a manera de imágenes, en el intelecto y que son configuradas en una particular forma. Pero ¿cómo se relaciona el conocimiento, el lenguaje y la comunicación?

A lo largo de su historia, los seres humanos han recorrido un arduo trayecto evolutivo, que comparado en tiempo con la duración del universo, es mínimo. Pero en función de los avances y desarrollo tecnológico que han alcanzado, representa un vasto legado histórico. Logros que han sido posibles gracias al conocimiento y a la comunicación existente entre la especie. Fue a partir de que el ser humano pudo difundir lo aprehendido, es decir, socializar el conocimiento, cuando éste marcó su dominio sobre la tierra. El animal simbólico se constituyó en el amo y señor de la naturaleza.

Armado con toda una gama de potencialidades y recursos se constituyó en un ser que complejiza su definición, se convierte, en palabras de Nietzsche, en un ser abierto, un ser no consolidado, o como señalaría Karl Jaspers, un ser indefinido que continuamente se hace. Esa condición peculiar que lo caracteriza, marcó su huella a través de la razón y de sus inquietudes cognitivas.

El intelecto hizo posible que esa *extraña criatura* pudiera hacer un sinfín de funciones y se convirtiera en un ser que oculta sus deficiencias a través de la construcción de toda una serie de artificios, máquinas y herramientas. Sin embargo, como se ha indicado, el ser humano no sólo es un animal típicamente racional, posee además instintos, pasiones, sentimientos, voliciones que moldean su carácter y lo hacen, en más de una ocasión, accionar emotivamente cuando tendría que hacerlo de forma racional y por lo tanto, incurrir en errores.

La racionalidad, como signo esencial de su trayecto por la vida, requirió de una conducta social y desde luego, una forma de comunicación para hacer efectiva tal condición. En consecuencia, existe una estrecha relación entre el conocimiento, el lenguaje y la comunicación dentro del esquema cultural del ser humano.

El conocimiento, vital en la existencia del hombre, encuentra su vehículo de difusión en el lenguaje. Es a partir del lenguaje donde éste se concretiza, con el paso de lo concreto

11

a lo abstracto y de lo abstracto nuevamente a lo concreto. Es decir, todo conocimiento que acumula el ser humano, se desarrolla a partir de un proceso que consiste en recoger de la realidad los aspectos más significativos que le sean de interés para posteriormente transformarla con mayor criterio.

En ese proceso, el sujeto recibe una imagen que se graba en su conciencia por medio de abstracciones intelectivas, que se sintetizan para luego transformarse en signos, señales, palabras y actitudes que representan todo un entorno cultural que se transmite y difunde en sociedad.

Por ejemplo, en la tribu de los "yanomami", pueblo que vive en la selva amazónica en la frontera entre Brasil y Venezuela, *las mujeres esperan ser maltratadas por sus maridos y miden su status por la frecuencia de las pequeñas palizas que les propinan sus maridos.* (Harris, 1990, p.65) Para ellas, constituye un signo de amor, de afecto y cariño las cicatrices que el hombre de la casa graba, con un cuchillo, en su piel, el cariño se mide en función de las huellas que ésta posea. Lo mismo sucede con el simbolismo que encierra, para algunas religiones cristianas, la cruz; o bien, los signos universales como el de un puño cerrado que denota poder, fuerza, agresión.

De ahí que sustituyendo en su intelecto objetos por conceptos, el ser humano efectúa el proceso de asimilación, dicho de otra forma, realiza el paso de lo concreto a lo abstracto para concluir en lo concreto nuevamente. *Deseo*

12

aprender carpintería y un maestro carpintero me inicia en esa arte. Me enseña a cortar la madera, me indica cómo hacer las piezas para fabricar una mesa, como unir las y pulirlas. Paso a paso aprendo las dimensiones que debe tener cada pieza de la mesa.

Para ello, me entero de cuáles son los materiales que sirven para construir un mueble de madera, aprendo a diseñarlo. Todo lo que me dice el maestro carpintero, lo grabo en mi intelecto, convierto en símbolos lo que éste me muestra en la práctica, he ahí el paso de lo concreto a lo abstracto. Pero, ¿Cómo sé que lo aprendí correctamente? Para saber eso, tengo que construir una mesa. Eso constituye el paso de lo abstracto a lo concreto.

Las imágenes guardadas en el intelecto que dan origen a los conceptos, juicios y razonamientos constituyen el material fundante del pensamiento, elemento básico del lenguaje articulado y con éste, de la comunicación. En el momento de aprehender la realidad -el objeto de conocimiento- se imprime en la conciencia, queda grabado el material recabado por los sentidos. Material que, con el concurso de la memoria, da origen a las representaciones.

Representaciones que a su vez se hacen patentes a partir de signos hablados, escritos, kinésicos o corporales, etc. Con toda esta serie de señales el ser humano reproduce lo asimilado, comunica lo que sabe o aprende. Pero ¿cómo construyó éste los signos para comunicarse? La convivencia social determinó no solamente la existencia de un código de comportamiento,

sino también un código de entendimiento configurado, en un principio, por el instinto de supervivencia y, posteriormente, dada la complejidad de las relaciones sociales, a través de la convención.

El proceso comunicativo del ser humano fue largo, de un código natural de comunicación y entendimiento, se dio paso a un código artificial donde se puso en juego la conciencia -el razonamiento- y la opinión intersubjetiva. Con relación a eso Sidorov señala, que *la diversidad de seres vivientes que habitan la tierra recibe del medio donde se desenvuelven una acción estimuladora que va creando señales en su conducta.* Es decir, los objetos del mundo exterior influyen sobre los órganos sensoriales de los animales, produciendo en éstos los llamados reflejos condicionados o señales primarias.

Sin duda alguna, en los hombres primitivos se dio ese tipo de señales, mismas que paulatinamente fueron reemplazadas por señales cada vez más complejas a raíz de que *estos habían acumulado una cantidad cada vez mayor de elementos engendrados por la producción social* agrega Sidorov.

Pero ello sólo fue posible en un ser cualitativamente diferente a los demás animales existentes en la tierra. Un ser dual cuya naturaleza estaba determinada por la herencia y la asimilación, un ser en el que confluyera una determinada estructura orgánica y una conducta social, por lo que la comunicación tuvo su mejor expresión en el lenguaje articulado.

Primero fueron los gestos, los ademanes; con éstos, nuestros ancestros reafirmaron su gregarismo, afianzaron sus relaciones de convivencia con notoria influencia instintiva. El ser humano surge del reino animal, se yergue como la especie más evolucionada, no obstante que sus raíces naturales influyen en su conducta.

Y así como las especies de animales tienen toda una diversidad de códigos y señales, necesarias para la convivencia en grupo, que se traducen en toda una serie de aspectos naturales tales como: hormonas, feromonas, sonidos, gestos, colores, etc., así el ser humano, en su proceso de hominización, poseyó rasgos comunicacionales de orden instintivo que se fueron afinando con el desarrollo cognoscitivo y el fortalecimiento de las relaciones sociales.

La convención intersubjetiva hizo posible el apareamiento de toda una gama de signos y formas de expresión acorde a las necesidades existenciales de determinados núcleos sociales. Por ello a mayor complejidad en las relaciones sociales de convivencia, que se traducen en una mejor compenetración de la realidad social, mayor diversidad de signos comunicativos surgirá para la consolidación de éstas.

Pero, se debe tener presente que, en los diversos estratos de la sociedad se manejan diferentes códigos lingüísticos que no obstante, designan un mismo o similar objeto de la realidad, son configurados de diferente forma a través de distintos

códigos lingüísticos que responden a las necesidades existenciales y a condiciones particulares de los individuos, que corresponden a su vez a determinado grupo social.

Es decir, las condiciones materiales de vida constituyen el origen de las palabras aunque, en un momento determinado, éstas pueden y de hecho se independizan de la esfera concreta de la vida. Así surgen nuevas palabras que designan a su vez retazos, recortes de la realidad transformada por los seres humanos, pero también aparecen nuevos términos producto de ficciones, de la fantasía propiciada por la invención e imaginación de las personas.

Como lo indicara David Hume, el intelecto solo puede transformar, relacionar, unir, separar, aumentar, disminuir de múltiples formas las ideas que posee en su intelecto creando con ello todo un cúmulo de ideas fantásticas o absurdas que parezcan que constituye el universo pensado de los seres humanos.

Las palabras, el lenguaje, la comunicación se nutren de la realidad que no es estática y por lo tanto, requiere del método dialéctico para su comprensión. Conocerla significa penetrar en el orden que subyace en ésta, transmitirla demanda del lenguaje y de las palabras precisas que refleje con precisión lo que es.

Más sobre el autor:

Licenciado en filosofía, graduado de la Facultad de Humanidades. Es columnista del diario de Centroamérica y La Hora. Además, es docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC- en la Universidad de San Carlos de Guatemala, -USAC-

BIBLIOGRAFÍA:

- GORSKY, D. P., et. al. 1962
Pensamiento y lenguaje.
II edición en español. México, D.F., México.
Grijalbo, S.A.
HUME, David. 1985
Tratado de la naturaleza humana.
Barcelona, España. Tecnos.
- KOSIK, Karel. 1988
Dialéctica de lo concreto.
México, D.F., México. Grijalbo, S.A.
LADMANN, Michael. 1978
Antropología filosófica.
México, D.F., México. UTEHA.
HARRIS, Marvin. 1988
Vacas, cerdos, guerras, brujas: Los enigmas de la cultura.
Madrid, España. Alianza Editorial.
SIDOROV, M. 1977
Como el hombre llegó a pensar.
Buenos Aires,
Argentina. Ediciones Cientec.
<https://lamenteesmaravillosa.com/wp-content/uploads/2016/11/mirada.jpg>



**IMPERIALISMO MEDIÁTICO,
ECONÓMICO Y EROSIÓN CULTURAL**

14

Imperialismo Mediático, Económico y Erosión Cultural:

Una Nueva Encrucijada para el Subdesarrollo Social en el Siglo XXI

Wagner Díaz Chosco

Centro de Estudios en Comunicología

Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

Resumen

Este ensayo aborda la problemática del desarrollo de los países del Tercer Mundo viendo el asunto desde dos paradigmas, como lo son el Imperialismo mediático y el Imperialismo económico; así como desde la óptica de la Teoría de la Erosión Cultural. También es objetivo del presente ensayo, rescatar el interés por el abordaje de las problemáticas desde la perspectiva del imperialismo, término que estuvo alejado de los ambientes académicos por algunos años, pero que por razones políticas y académicas ha sido rescatado recientemente para reinsertarlo en el análisis socioeconómico (Borón, 2014).

Por ende, se analiza la relevancia del desarrollo reprimido, como un componente de la Teoría de

la Erosión Cultural (Díaz y Harwood, 1991, 2004) que explica la participación de los medios de comunicación social en procesos de malestar económico, léase deuda externa, consumismo, inversión extranjera, dependencia cultural, desigualdad social, entre otros.

Se analiza la posibilidad de considerar a las teorías del imperialismo mediático y del imperialismo económico como una encrucijada para el desarrollo socioeconómico de los países, pues tanto la una como la otra –en el ámbito teórico- se plantean como abordajes distintos para explicar el desarrollo social. ¿Qué teoría o modelo seguir para explicar los contextos de subdesarrollo? ¿Prevalece la comunicación o la economía? He ahí la pregunta.

Problemática

El desarrollo del subdesarrollo fue planteado en la década de los años 1960s por Frank (1966). Señalaba este autor que “el desarrollo actual de Latinoamérica es el resultado de siglos de participación en el proceso mundial de desarrollo del capitalismo”. En la misma corriente de pensamiento, autores de la escuela de la dependencia económica (Dos Santos, 1970)



evidenciaron que los países dependientes, inmersos en un sistema internacional desequilibrado, estaban supeditados al desarrollo de las potencias económicas. Era normal invocar procesos de imperialismo económico y político como respuestas a todas las preguntas sobre el futuro socioeconómico de los países.

Más adelante, con el crecimiento de los medios tradicionales de la comunicación social (televisión, radio, publicidad, noticias, periódicos impresos, películas), se detectó el flujo de una vía de todo este material cultural, generalmente producido en los países industrializados (Nordenstreng y Varis, 1974; Varis, 1984). Es decir, toma auge los fenómenos de imperialismo mediático como lo hizo ver en su momento Herbert Schiller (1969, 1976a, 1976b).

A raíz de estos acontecimientos sociales liderados por los medios masivos (específicamente

15

mass media, por la connotación que contiene), el imperialismo mediático tiende a ser la explicación si ne qua non a los problemas de dependencia cultural y de subdesarrollo.

Sin embargo –y ahora con el resurgimiento “académico” del imperialismo- tenemos en el umbral de las ciencias sociales un virtual enfrentamiento entre los dos tipos de imperialismo, el económico y el mediático.

Este ensayo persigue como objetivo explorar ideas iniciales que puedan explicar el futuro que tomará esta “encrucijada”, aunque primero habrá que demostrar el nivel de enfrentamiento que realmente están experimentando estas teorías.

Desarrollo

Biel (2007) sostiene que estamos viviendo un nuevo imperialismo, pero plantea la paradoja que nos indica que se ha regresado al pasado, al imperialismo de antaño, lo cual se evidencia en las agresiones militares a las naciones menos favorecidas. Un imperialismo nuevo, pero viejo.

“Tal como señalaban tanto la teoría del imperialismo como la teoría de la

dependencia, el desarrollo desigual es un aspecto

16

fundamental del capitalismo moderno” (Biel, 2007: 337).

Es decir que estamos en una coyuntura mundial compleja que retoma el concepto de dominio de los países industrializados (y militarizados) sobre otros, los del Tercer Mundo. El tema de la desigualdad está estrechamente relacionado con el concepto de desarrollo reprimido que se expondrá más adelante.

Estas tendencias nos podrían explicar los niveles de pobreza y explotación que prevalecen en el mundo; la desigualdad social es, hoy por hoy, el jinete del Apocalipsis que se campea por los países tercermundistas; es la encrucijada de las nuevas tecnologías, las cuales, aunque experimentan desarrollos impresionantes, no han permitido que el desarrollo social llegue a las escuelas y hogares de los países más explotados.

Aquí analizaremos un aspecto de la Teoría de la Erosión Cultural que es el “desarrollo reprimido” como elemento importante para comprender el papel de los medios de comunicación social y las nuevas tecnologías en procesos de empobrecimiento social.

El término “desarrollo reprimido” caracteriza la





retrógrada de los países en vías de desarrollo y que es atizada por los medios de comunicación social. Este “desarrollo” se debe entender en el marco de la Teoría de la Erosión Cultural que se planteó a principios de los años noventa (Díaz y Harwood, 1991) para explicar cómo la comunicación social estaba –y está– modificando las culturas endógenas de muchos países. Mérito de esta Teoría es desvelar la conexión entre comunicación, cambio de valores y subdesarrollo.

Esta Teoría sostiene que además de la dependencia económica, que promueve crecimiento y genera subdesarrollo, los medios de comunicación social son los aliados de las élites locales y foráneas, permitiendo un desarrollo lento y desventajoso para las poblaciones de la mayoría de países en vías de desarrollo (un bloque de países que comparten similar destino en América Latina, Asia y África; aproximadamente unos cien países).

La conexión entre medios de comunicación social y desarrollo reprimido se da en dos vías o manifestaciones: una directa y otra indirecta. La primera se da a través de los valores y prácticas consumistas que promueven los medios con la publicidad

de bienes y servicios. La comunicación social se aglutina para mantener activa la economía y persuadir a los compradores para ejercer su acción “positiva” sobre el mercado -que compren, que consuman, que gasten.

Contrariamente, el consumo tradicional, que valora lo local y proambiental, se ve estigmatizado como anticuado y atrasado, como valor denigrante. Por consiguiente, el consumo de aparatos y productos importados, es valorado en los mensajes mediáticos como lo moderno y desarrollado. Los guatemaltecos modernos son desarrollados porque consumen productos que se anuncian en los medios de comunicación social y que encajan en el modo de vida occidental. En los años ochenta se realizaron varios estudios en diferentes países que demostraron la relación entre comunicación comercial y consumo de productos occidentales (Oliveira, 1986, 1990). De ahí viene la occidentalización de los valores económicos, en términos de la Erosión Cultural (ejemplos se presentan en Díaz, 2004).

La manifestación directa por medio de la cual los medios de comunicación social (publicidad

17

y televisión) reprimen el desarrollo de la población es fomentando el consumismo. De manera que lo normal para un asalariado es gastarse su cheque en artículos que lo modernizarán y le proporcionarán una vida más feliz y cómoda.

La segunda vía –la indirecta– que usan los medios de comunicación social para contribuir a reprimir el desarrollo, es a través de la retórica mediática para promover el estilo de vida occidental. Un vendaval de industrias culturales promocionan en todos los ámbitos mediáticos –y ahora en los centros comerciales– un concepto particular de bienestar y felicidad; artífices de este patrón son: la propaganda comercial, las estrategias mercadotécnicas, la ideología del entretenimiento y el culto a la tecnología.

El panorama de los medios de comunicación y su relación con la pobreza de los países en vías de desarrollo hace un cuarto de siglo, nos parece hoy en día, un pasado lejano y, para muchos, olvidado. Hay problemáticas sociales que debido a su dinámica revoltosa pasan inadvertidas por la sociología actual. Se

18

globalizan los temas de moda y se guardan otros de crucial

importancia en un cofre hermético.

Se debería recuperar la visión que se tenía antaño sobre la incidencia de los medios de comunicación en la sociedad; basta estudiar la tesis de Armand Mattelart (1998) sobre la mitificación de la tecnología; que siempre a lo largo y ancho de la historia se han visto a las invenciones mediáticas como la salvación para los problemas sociales.

Wilbur Schramm (1964) tenía su visión en los años sesenta respecto a lo que la radio y la televisión podían y debían hacer. Lamentablemente, las teorizaciones optimistas de aquel gran intelectual fueron boicoteadas por las élites económicas de los países en vías de desarrollo. Estas élites cogobiernan con la clase política y, en aquel entonces, promovieron la apertura a las transnacionales que colonizaron los mercados de los países periféricos.

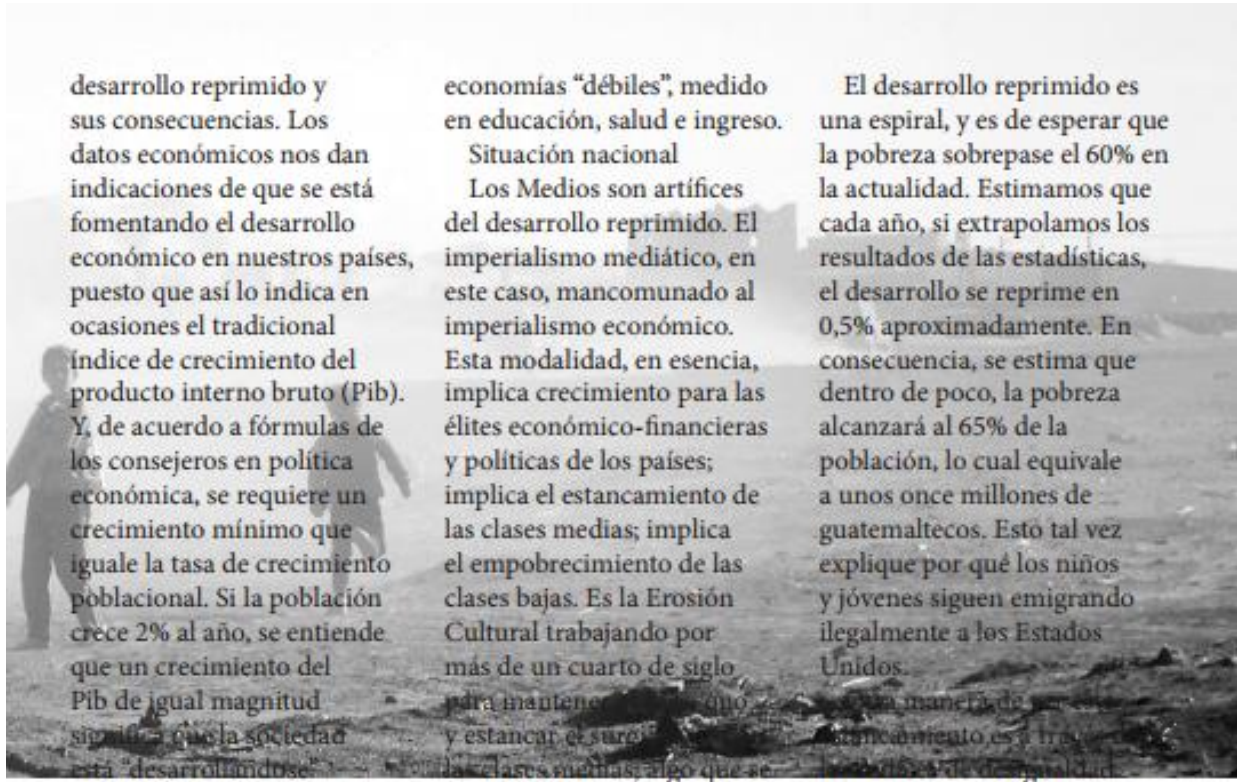
El ensayo “Divirtiéndonos y matando nuestra cultura” (Díaz y Harwood, 1991), publicado hace un cuarto de siglo, preconizaba lo que los medios de comunicación harían con las sociedades que los descubrieron, los adoptaron y los endiosaron. La tecnología no es un dios, pero muchos la han idolatrado. Mattelart (1998)

la desmitifica y reivindica los principios marxistas de la dinámica socioeconómica. En esencia, se puede observar que las formas de producir en sociedad no se ven afectadas por las máquinas, aunque la apariencia sostenga lo contrario. Puede haber modificaciones parciales en la forma, pero no en la esencia. Seguimos alienados por las imágenes, por las mitologías de nuestro tiempo.

Paradoja de los imperialismos

El desarrollo reprimido es ilusorio porque se cobija en y es una manifestación ideológica del imperialismo. Aquí aparece una paradoja (o intento de ella); es decir los dos imperialismos – juntos o por separado– nos pueden explicar el desarrollo reprimido y la desigualdad social. Aquí hay cooperación entre estas dos teorías, lo cual nos da elementos ya para una conclusión preliminar de que ambas se pueden ayudar, y en consecuencia, facilitarían los análisis socioeconómicos. También se evidencia que no son contrarias, sino complementarias. Paradójicamente, los teóricos las presentan como propuestas divergentes.

Regresaremos a este punto en la conclusión final de este ensayo. Por ahora se continúa el análisis sobre



desarrollo reprimido y sus consecuencias. Los datos económicos nos dan indicaciones de que se está fomentando el desarrollo económico en nuestros países, puesto que así lo indica en ocasiones el tradicional índice de crecimiento del producto interno bruto (Pib). Y, de acuerdo a fórmulas de los consejeros en política económica, se requiere un crecimiento mínimo que iguale la tasa de crecimiento poblacional. Si la población crece 2% al año, se entiende que un crecimiento del Pib de igual magnitud significa que la sociedad está “desarrollándose”

economías “débiles”, medido en educación, salud e ingreso. Situación nacional Los Medios son artífices del desarrollo reprimido. El imperialismo mediático, en este caso, mancomunado al imperialismo económico. Esta modalidad, en esencia, implica crecimiento para las élites económico-financieras y políticas de los países; implica el estancamiento de las clases medias; implica el empobrecimiento de las clases bajas. Es la Erosión Cultural trabajando por más de un cuarto de siglo para mantener estancado y estancar el surgimiento de las clases medias; algo que se

El desarrollo reprimido es una espiral, y es de esperar que la pobreza sobrepase el 60% en la actualidad. Estimamos que cada año, si extrapolamos los resultados de las estadísticas, el desarrollo se reprime en 0,5% aproximadamente. En consecuencia, se estima que dentro de poco, la pobreza alcanzará al 65% de la población, lo cual equivale a unos once millones de guatemaltecos. Esto tal vez explique por qué los niños y jóvenes siguen emigrando ilegalmente a los Estados Unidos. La manera de hacer estancamiento es a través de los índices de desigualdad

con normalidad. Aunque, sabido es, que para que se dé un crecimiento deseable y óptimo, se debe crecer por encima de ese 2%; de lo contrario, ese desarrollo es ilusorio. De ahí que los países asiáticos, encabezados por la gran China, programan crecimiento por encima del 5% del Pib.

El desarrollo reprimido va mancomunado a una política engañosa de crecimiento; ideológicamente va enmascarando procesos de dominación económica. En este contexto, lo que crece es la dependencia en las economías fuertes, y asimismo, el estancamiento del desarrollo humano en las

ha publicado en los diarios de Guatemala recientemente: “Ante el crecimiento de los índices de pobreza, Clase media se deteriora. Guatemala es uno de los países de Latinoamérica donde menos avances muestra este pujante segmento”. (Prensa Libre, 24 abril 2016).

Resultado de este fenómeno es que los índices de pobreza han aumentado. Por varios años se logró mantener en Guatemala un índice de pobreza que oscilaba entre el 50 y 55 por ciento; pero ante el estancamiento que produce este “desarrollo”, el índice aumentó a 59%, según el último censo efectuado en el país.

Para variar, Guatemala es uno de los países más desiguales en cuanto al ingreso; se coloca en el podio de honor junto a Bolivia y Brasil. Como se colige, el avance tecnológico y el tamaño de los países (como Brasil) no significan que el bienestar se manifieste de manera general dentro de los países.

Llueve sobre mojado En los tiempos de contaminación ambiental y problemas ecológicos, es permisible pensar en el papel que juegan los fenómenos naturales en los problemas sociales en cuanto a las secuelas que han dejado, incluyendo

pérdidas de vidas humanas. En Guatemala se han experimentado numerosas tormentas tropicales y terremotos que han devastado muchos elementos de la infraestructura del país y han aumentado el tamaño de los cementerios. Solo a nivel de reflexión planteamos esta pregunta para llevarla a consulta con la almohada; si el desarrollo reprimido se viene dando desde hace un cuarto de siglo, o quizás tres décadas o cuatro (depende si tomamos en cuenta el terremoto de 1976), ¿será que otros enemigos de nuestra economía son los desastres naturales?; en 1998 se llamó Mitch; en 2005 se llamó Stan; en 2010 se llamó Ágatha; en 2014-15 se llamó El Niño. ¿Estaremos ante un imperialismo ecológico?

Conclusión

En los actuales tiempos de la sociedad de la información y la globalización cultural, los procesos sociales y económicos pueden entenderse utilizando como microscopio a las teorías del imperialismo: la mediática, la económica y el desarrollo reprimido. Se plantea una nueva encrucijada para el

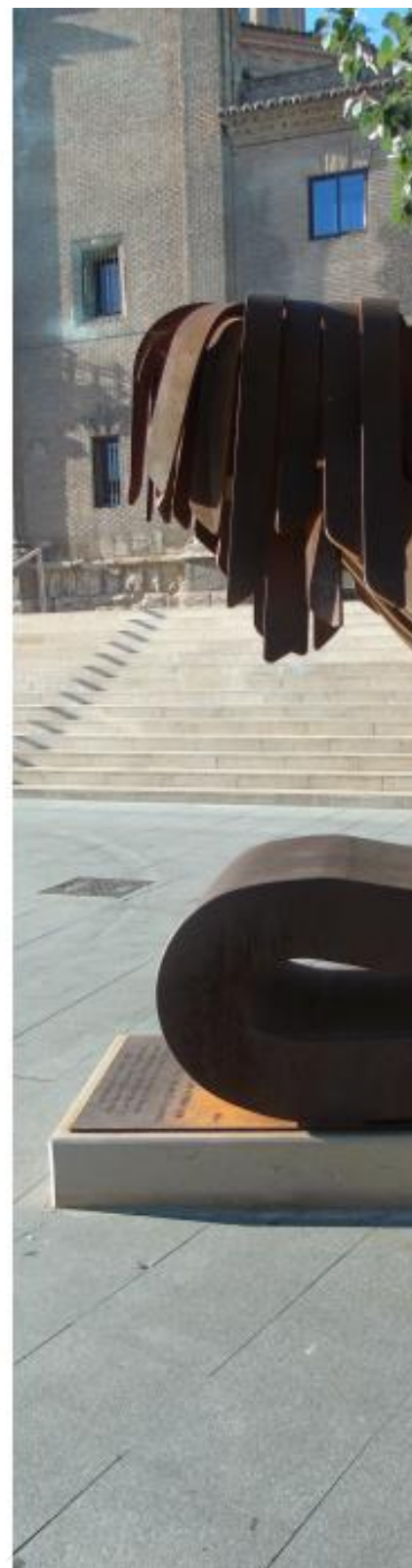
20

desarrollo de los países del Tercer Mundo, el hecho

de si un imperialismo o el otro es el que debería explicar –y por tanto inducir- los procesos de dominación. Adherirse a uno u otro enfoque teórico tendría implicaciones en diversas áreas de la sociedad, tales como la planificación social y los lineamientos políticos gubernamentales.

Otro elemento, aunque de tipo ideológico, consiste en que el imperialismo mediático es una postura ideológica del desarrollo y, en consecuencia, una postura suave y aparentemente promotora del desarrollo cultural. Es decir que hablar de imperialismo mediático –sin importar sus causas y de dónde viene- es referirse a los medios de comunicación social y nuevas tecnologías que promueven el desarrollo del comercio, la cultura y, por ende, lo económico. En países como Guatemala, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías son aliados del imperialismo mediático.

Imperialismo mediático sería sinónimo de globalización de procesos mundiales, los cuales suponen un tipo de desarrollo – el reprimido- con tintes ideológicos, pero que por lo mismo encajan perfectamente en la sociedad actual. En sí mismo, el imperialismo mediático es paradójico porque promueve y es





producto de la dominación (producto de procesos ideológicos) y también quiere promover desarrollo económico en tiempos de las nuevas tecnologías.

Por otro lado, existen los fenómenos de subsidiaridad o determinismo, complementariedad y oposición paradójica entre ambos paradigmas.

El primer fenómeno, el de subsidiaridad o determinismo, nos indica que el imperialismo mediático es una expresión subsidiaria del imperialismo económico para generar los procesos de dominación a través de las tecnologías de comunicación. Existe la dominación a través de la comunicación, puesto que es una consecuencia de los fenómenos empujados por lo económico. En este punto del razonamiento, el imperialismo económico y la dependencia son los que determinan las manifestaciones de los medios y las nuevas tecnologías.

Un imperialismo – el mediático- es un complemento del otro imperialismo –el económico-. Como se sabe, el materialismo histórico sostiene que la base económica determina la superestructura ideológica y cultural.

En este contexto, la Teoría de la Erosión Cultural logra resumir los elementos que

intervienen en los procesos culturales y llega a la conclusión del desarrollo reprimido. Esta es realmente una propuesta alternativa a la supuesta confrontación entre los dos imperialismos.

En medio de la encrucijada, Guatemala alcanza ya niveles de pobreza del 61 o 62 por ciento a nivel nacional, lo cual es una manifestación del desarrollo reprimido; y estos diez millones de guatemaltecos, sin saber de paradigmas ni teorías, son víctimas de las dos formas de imperialismo que aquí analizamos.

Referencias

Biel, R. (2007). El nuevo imperialismo: Crisis y contradicciones en las relaciones Norte-Sur. México, Siglo XXI.

Borón, A. (2014). América Latina en la geopolítica imperial. Cuba, Editorial de las Ciencias Sociales.

Díaz, W. y Harwood, J. (1991). Amusing ourselves, killing our culture: Cultural erosion and mass media in The Third World. Revista Thresholds, Viewing Culture. Asociación de Estudiantes Graduados, Universidad de California-Santa Barbara.

Díaz, W. (2004). Erosión cultural y Globalización. Guatemala, editorial educativa.

Dos Santos, T. (1970). The structure of dependence. American Economic Review, 60, 231-289, Papers and proceedings.

Frank, G. (1966). El desarrollo del subdesarrollo. Consultado en línea.

Mattelart, A. (1998). Los "paraísos de la comunicación. En: Ramonet, I., Ed., Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación. Madrid, edit. Alianza.

Nordenstreng, K. y Varis, T. (1974). Television traffic –a one way street?: A survey and analysis of the international flow of television programme material. Unesco.

Oliveira, O. S. (1986). Satellite TV and dependency: An empirical approach. Gazette 38: 127-145.

Oliveira, O. S. (1991). Mass media, culture, and communication in Brazil: The heritage of dependency. In Sussman, G., y Lent, J. A. (Eds.), Transnational communications: Wiring the Third World. Newbury Park, CA: Sage.

Schiller, H. (1969). Mass media and American empire. Fotocopias.

Schiller, H. (1976a). Communication and cultural domination. White Plains, NY: International Arts and Sciences Press.

Schiller, H. (1976b). Comunicación de masas e imperialismo yanqui. Barcelona, Gustavo Gili.

Schramm, W. (1964). Mass media and national development. Paris, Unesco.

Varis, T. (1984). The international flow of television programs. Journal of Communication, 34, 143-152.

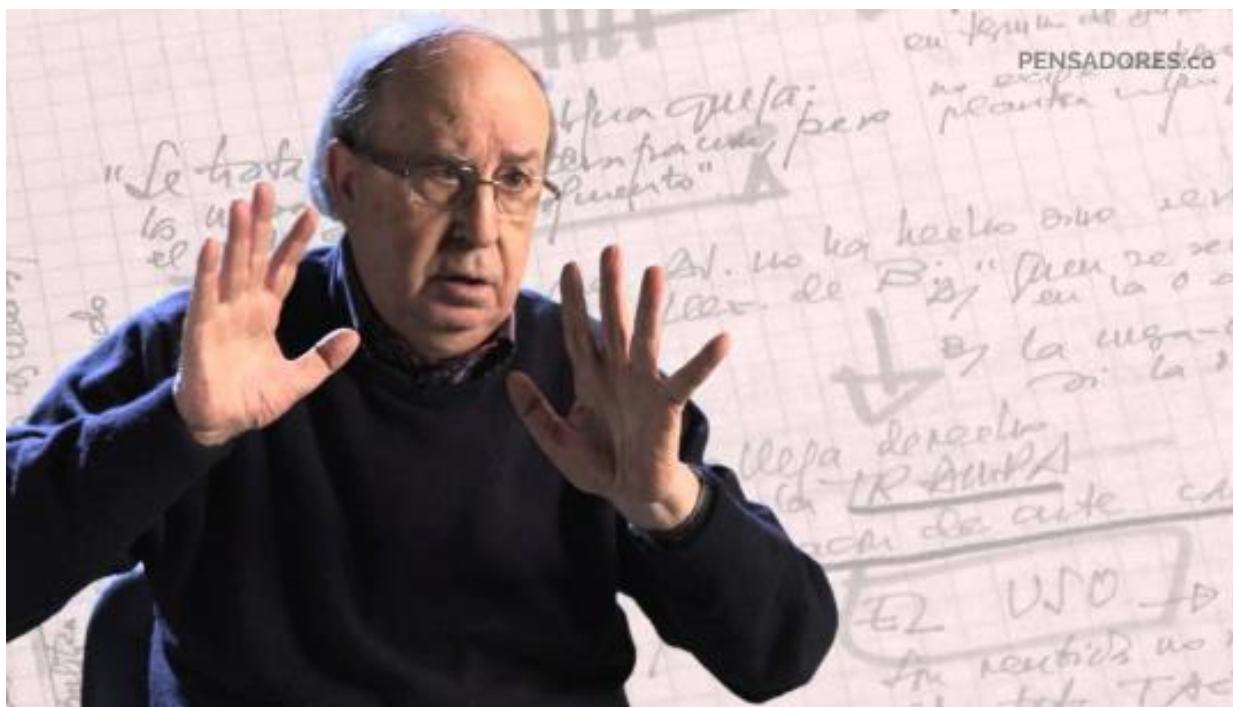
Sobre el autor

Wagner Díaz Choscó

Profesor e investigador de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Comunicólogo, ensayista, autor de la Teorías de la Erosión Cultural y Teoría de la Sedentarización.

Premio a la Excelencia Académica (2009) y Premio a la Excelencia en Investigación (2008).



Jesús Martín Barbero

Nacido en Ávila, España, en 1937. Estudió Filosofía en el Instituto de Filosofía de Lovaina, Bélgica, donde se doctoró en 1971, e hizo estudios de posdoctorado en Antropología y Semiótica en la Escuela de Altos Estudios de París. Director del Departamento de Comunicación de la Universidad del Valle en Cali (Colombia), donde permaneció entre 1975 y 1995. Entre 1999 y 2003 ejerció la docencia en Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, en Guadalajara, México. Ha sido profesor visitante de las Universidades Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona, Stanford, Libre de Berlín, King's College de Londres, Puerto Rico, Buenos Aires, Sao Paulo, Lima, etcétera. En 2003, obtuvo la nacionalidad colombiana.

Doctor 'honoris causa' por la Universidad Nacional de Rosario (Argentina) y por la Pontificia

Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia). Ha sido presidente de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), miembro del Comité consultivo de la FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social). Es miembro del Comité científico de Infoamérica.

Ha publicado los siguientes libros: *Comunicación masiva: discurso y poder*, Ciespal, Quito, 1978; *Comunicación educativa y didáctica audiovisual*, SENA, Cali, 1979; *Introducción al análisis de contenido*, Incisex, Madrid, 1981; *De los medios a las mediaciones*, G. Gili, Barcelona, 1987; *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, G. Gili, México, 1987; *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, G. Gili, México, 1989; *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992; *Communication, Culture and Hegemony*, Sage, London, 1993; *Dinámicas urbanas*

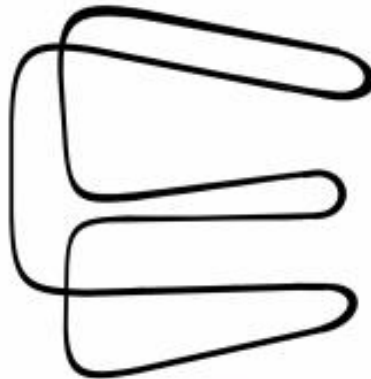
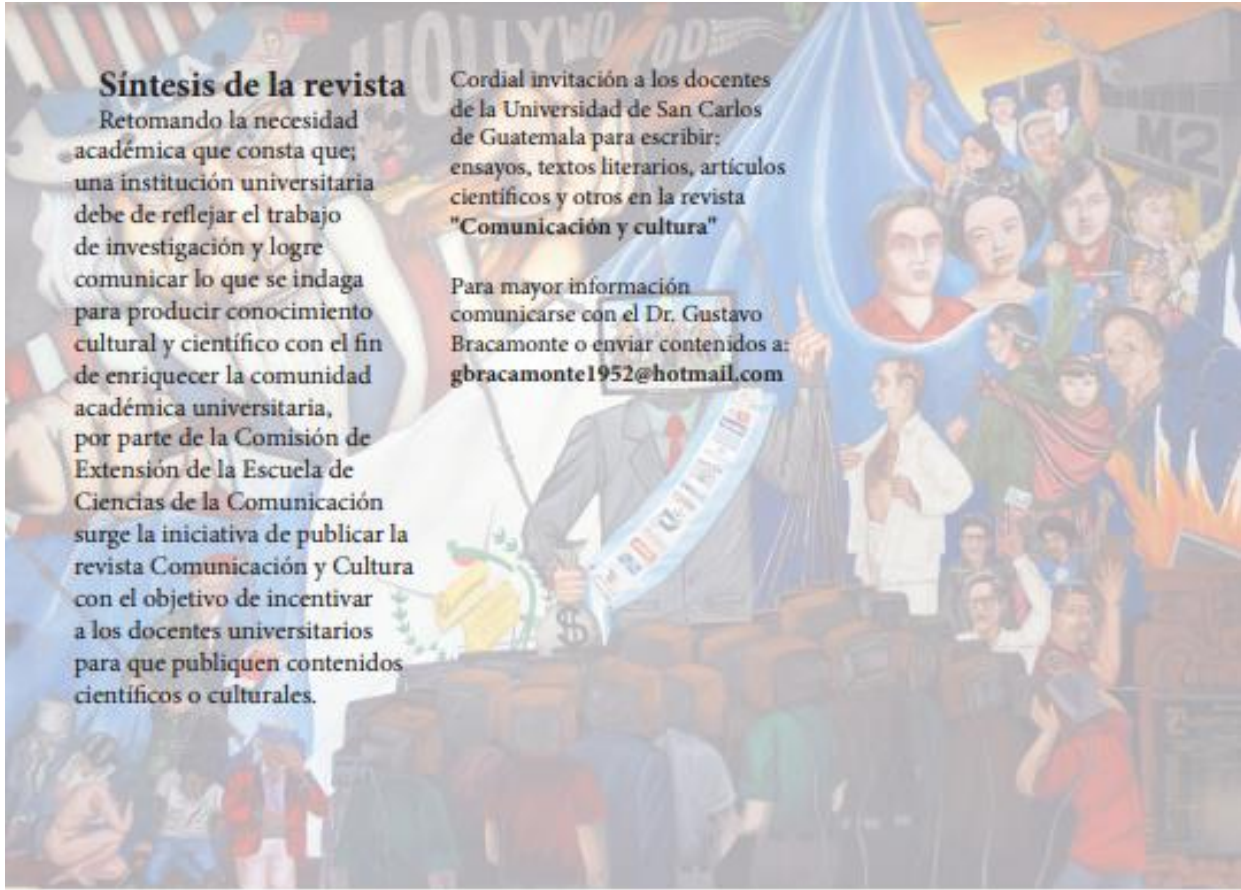
de la cultura, en: *Comunicación y espacios culturales en América Latina*, Bogotá, Cátedra UNESCO de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana, 1994; *Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*, Univalle, Cali, 1995; *Proyectar la comunicación* (con A. Silva). Tercer Mundo, Bogotá, 1997; *Mapas nocturnos*, Siglo del Hombre Editores, Bogotá, 1998; *Medios, Cultura y Sociedad* (con Fabio López), CES/Univ. Nacional, Bogotá, 1998; *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (con Germán Rey), Gedisa, Barcelona, 2000.

Síntesis de la revista

Retomando la necesidad académica que consta que; una institución universitaria debe de reflejar el trabajo de investigación y logre comunicar lo que se indaga para producir conocimiento cultural y científico con el fin de enriquecer la comunidad académica universitaria, por parte de la Comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación surge la iniciativa de publicar la revista Comunicación y Cultura con el objetivo de incentivar a los docentes universitarios para que publiquen contenidos científicos o culturales.

Cordial invitación a los docentes de la Universidad de San Carlos de Guatemala para escribir: ensayos, textos literarios, artículos científicos y otros en la revista "Comunicación y cultura"

Para mayor información comunicarse con el Dr. Gustavo Bracamonte o enviar contenidos a: gbracamonte1952@hotmail.com



Comisión de **E**xtensión

REVISTA FINAL EJEMPLAR No. 2



Comisión de Extensión

COMUNICACIÓN Y CULTURA

06 INFANCIAS
VULNERADAS

24 SEMIOSIS:
PROCESO DECODIFICADOR SOCIAL

30 GESTIÓN DE LA
INFORMACIÓN CIENTÍFICA Y ACADÉMICA

38 FILOSOFAR
PARA DE CONSTRUIR Y CONSTRUIR

46 LA ANGUSTIA
DE EXISTIR

52 UNA MIRADA
A LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

CONOCE MÁS SOBRE:

61 CARLOS INTERIANO

GUATEMALA, OCTUBRE 2017 NO. 2



COMISIÓN DE EXTENSIÓN COMUNICACIÓN Y CULTURA

DIRECTORIO

Director:

Msc. Sergio Morataya

Secretaria:

MA. Claudia Molina

Coordinador Comisión de

Extensión:

Dr. Gustavo Bracamonte

Impresión:

Sergio González

**Digitalización, diseño y
diagramación:**

Karen Urizar

**Fotografías e ilustraciones no
acreditadas:**

Karen Urizar/Archivo

Editado e impreso en la

Comisión de Extensión de la

Universidad de San Carlos de

Guatemala

Edificio M2, Escuela de Ciencias

de la Comunicación, Ciudad

Universitaria, Zona 12, Ciudad de Guatemala.





PRE SEN TA CIÓN

GUSTAVO BRACAMONTE

La comunicación para el cambio social aparece a fines del siglo como un paradigma reformulado, que rescata y profundiza el camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y por la comunicación participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los modelos de modernización.

Lo esencial es que cuestiona el concepto de un desarrollo que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados, y promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más pobres y aislados, según la percepción del especialista en comunicación para el desarrollo, Alfonso Gumucio-Dagron.

Inicio con Gumucio-Dagron debido que en este número de la

revista Comunicación y cultura se ponen a la disposición temas, que, de alguna manera, se pretende cambiar algunos aspectos de la sociedad guatemalteca, del ámbito entorpecido por la politejería de la universidad confiándole a la información científica que lo haga o a la semiosis como proceso descodificador social e incitando a docentes y estudiantes a una efectiva participación en la construcción de una nueva visión académica que sea capaz de efectuar cambios en la mentalidad universitaria que tanto nos hace falta.

De tal manera apreciables comunicadores y comunicadoras que en esta segunda edición de la revista Comunicación y cultura les ofrecemos una temática variada con el propósito siempre de generar discusión que pueda ventilarse en estas mismas páginas con el propósito fundamental de proponer una comunicación que cuente con la participación docente y de los estudiantes con el fin de lograr una mejor academia y por ende, una mejor Escuela de Ciencias de la Comunicación.

3



4



COMISIÓN DE EXTENSIÓN 2017

5



INFANCIAS VULNERADAS

EN LAS **GUERRAS CIVILES** DE ESPAÑA Y GUATEMALA

OTTO YELA



Infancias vulneradas en las guerras civiles de España y Guatemala. Una revisión desde el cine.

Resumen

Todo conflicto armado vulnera las vidas de seres inocentes que, sin culpa alguna sufren las consecuencias físicas y psicológicas de los mismos. En las guerras civiles de España y Guatemala, los niños que fueron muertos o heridos se contaron por miles, y toda una generación que vivió su infancia en ese contexto fue marcada por sus secuelas.

En las últimas décadas, el cine ha recuperado muchas vivencias de esas realidades, que pueden ser motivo de reflexión histórica y educativa para las nuevas generaciones. El presente estudio responde a las siguientes interrogantes: ¿Puede el cine contribuir a recuperar la memoria histórica? ¿Cuáles son los imaginarios que recrea en torno a la infancia en tiempos de guerra civil? ¿Cómo consigue que determinados hechos adquieran sentido para los espectadores, sobre todo en aquellos que no han vivido tales experiencias de manera directa? ¿Puede todo esto contribuir a los aprendizajes de las nuevas generaciones, especialmente de índole histórica?

Se abordan las películas que refieren a las guerras civiles de España y Guatemala por ser parte de una tesis doctoral que el autor desarrolla en la Universidad de Alcalá, en la que se hace un estudio comparado al respecto.

7

1. Introducción

Derivado del latín *vulnerare*, el término “vulnerar” equivale a “transgredir, quebrantar o herir” (DRAE, 2010). Durante las guerras civiles de España y Guatemala (como en todo conflicto armado), se cometieron muchas injusticias con un sinnúmero de víctimas. Bajo el fuego cruzado, y sin culpa alguna, una de las poblaciones más golpeadas fue la infantil, ya que por su dependencia del mundo adulto, se hallaron más vulnerables que el resto de la población. Históricamente, esa infancia fue transgredida, quebrantada, vulnerada.

El drama que tocó vivir a los niños en estas guerras, ha sido llevado a la pantalla en diversas películas. Estas constituyen valiosas referencias para reflexionar, a la luz de la historia y las ciencias sociales, sobre las maneras como esas infancias fueron violentadas en su derecho a la vida y al bienestar. Igual de importante resulta también, la tarea de examinar cómo se recrean en el cine, las estrategias de supervivencia que pusieron en práctica aquellos niños, en un intento de salvaguardar su integridad física y psicológica.

El presente estudio responde a las siguientes interrogantes: ¿Puede el cine contribuir a recuperar la memoria histórica? ¿Cuáles son los imaginarios que recrea en torno a la infancia en tiempos de guerra civil? ¿Cómo consiguen que determinados hechos adquieran sentido para los

8

espectadores, sobre todo en aquellos que no han vivido tales experiencias de



manera directa? ¿Puede todo esto contribuir a los aprendizajes de las nuevas generaciones, especialmente de índole histórica?

Se abordan acá las películas que refieren a las guerras civiles de España y Guatemala por ser parte de una tesis doctoral que el autor desarrolla en la Universidad de Alcalá, en la que se hace un estudio comparado al respecto.

2. La representación de la Historia en las imágenes de los niños del cine de guerra

La infancia es (o debería ser), la etapa más feliz de la vida del ser humano. En los países que gozan de relativa estabilidad económica y política, los niños se convierten en el tesoro más preciado, puesto que en ellos descansa la esperanza de ver materializado el éxito y las oportunidades de las sociedades que buscan lograr la libertad y el bienestar individual y público. Sin embargo, en tiempos de guerra, esos ideales se ven truncados, y cambiados por su crueldad y falta de respeto por la vida.

Si las historias personales de las víctimas de guerra se caracterizan por reflejar las heridas físicas y psicológicas, cuanto más en el caso de los niños. Puesto que sus cuerpos y mentes están aun en etapa de desarrollo, es más difícil para ellos encontrar por sí mismos los mecanismos de acción que les permitan eludir las penurias, privaciones y al final, los traumas de la guerra.

Es importante aclarar que el papel que juega el cine en el tema de la infancia y la guerra, puede

examinarse por lo menos desde dos perspectivas. La primera será la manera en que los niños son representados en las películas, los roles que les son asignados, sus vivencias, etc. Esta faceta del cine puede ser analizada a la luz de la semiótica y de la historia, entre otras ciencias.

Una segunda perspectiva busca explorar el impacto que tienen los significados del cine en los infantes. Es decir que nos podemos ocupar de establecer la conveniencia de la utilización del cine en los ámbitos formativos en donde podamos aprovechar sus múltiples recursos en la tarea de brindar a los niños actuales las imágenes de realidades trágicas que ha tocado vivir a otras generaciones, y las maneras como las han tenido que enfrentar y, eventualmente, llegar a resolver. Por su naturaleza, esta segunda perspectiva puede ser abordada desde una postura educativa.

En las últimas dos décadas, incluso en las películas que tienen como argumento la Guerra Civil Española, han cambiado los protagonistas adultos por otros más jóvenes (*El laberinto del Fauno*, *La lengua de las mariposas*, *El viaje de Carol*, etc.). Ibáñez lo explica así: "El perfil adulto de las películas de la Transición da paso a un cine que se ajusta a la importancia que ha cobrado la juventud en las sociedades contemporáneas (no solo ante las taquillas), y son los jóvenes y los adolescentes los protagonistas de las narraciones".

Para el autor citado, esto responde a una "estrategia que combina las ambiciones lógicas de los productores del filme con el deseo de actualizar la memoria de

unos hechos, muchos de ellos reales o basados en hechos reales, que tienden a difuminarse con el paso del tiempo" (Ibáñez, 2010, p. 92).

Según este autor, en las últimas dos décadas de producción cinematográfica que tienen que ver con la Guerra Civil española, se ha evolucionado hacia un "modelo de representación", en el que los protagonistas son mayoritariamente jóvenes y adolescentes, que "se rebelan y apuestan de manera activa por un compromiso con la libertad". Este modelo afecta a "la crisis del discurso histórico de la modernidad", por cuanto se opone a la idea modernista de poder situar "en un único lugar común y compartido la interpretación de la Historia, conforme a un proyecto lineal de progreso". Por otro lado, el nuevo cine fomenta el debate sobre si la cultura popular puede contribuir a la "construcción del conocimiento y la formación ideológica de la conciencia", es decir, si puede ser "fuente social de conocimiento histórico" (Ibáñez, 2010, p. 93).

En lo que toca al Conflicto Armado Interno guatemalteco, encontramos que de manera similar al caso español, algunas cintas de ficción emplean la figura de niños (como el caso de *El silencio de Neto*), y de jóvenes víctimas primarias o secundarias de la guerra (los casos de *Ixcán* y *La hija del puma*), o bien jóvenes combatientes de alguno de los frentes (*Las Cruces*).

Respecto de la imagen que los medios le atribuyen a la infancia, encontramos que cada vez más, las

9

películas retratan con mayor detalle los sucesos históricos que rodean la narrativa. Esto las convierte en genuinas referencias de las costumbres, indumentarias, e incluso de las particulares relaciones interpersonales que existían en épocas anteriores, por ejemplo las que regían el trato entre padres e hijos. Ya lo dice García:

Existen películas que se han convertido en fuentes de documentación sociológica de la época en que fueron realizadas. En ellas se muestran a los niños tal cual eran en ese momento... son películas que aun siendo de ficción retratan con una enorme fuerza expresiva la realidad, y es esta la que se escapa por los intersticios de la ficción textual (García, 2000a, p. 10).

García (2000a), señala que los directores de cine intervienen directamente en el guión, incluyendo o excluyendo figuras infantiles, según convengan al desarrollo de la trama:

Los niños están cuando deben estar, cuando son necesarios para la trama o cuando ellos, como personajes principales o secundarios organizan en un punto a lo largo de todo el texto (toda la película), el significado del relato, la economía cinematográfica agudiza la selección de la imagen. Y solo ve por el agujero del sentido (García, 2000a, p. 10).

Podemos decir entonces, que el historiador, el educador y el comunicador, pueden hacer suya la tarea reflexiva a partir de los

10 medios informativos. De esta forma, lograr una alianza que busque orientar, y evitar dejar

a la deriva el maremágnum de noticias, testimonios, recuerdos, que sobre los hechos pasados invaden los mass media.

Ni la escuela ni la ciencia pueden pasar por alto las nuevas formas de establecer esos imaginarios colectivos que hoy circulan por los medios antes que por la gente, y como opina de los Reyes (2011), ambos, historiador y educador deben estar atentos a los discursos que se generan en los medios, y partir de ellos para contrastar los otros instrumentos científicos de investigación histórica.

3. Los imaginarios colectivos de la infancia recreados por el cine

De los Reyes (2011), Sánchez-Biosca (2006) y Ferro (2008), coinciden en la apreciación de que el cine (junto con los demás medios de comunicación), está configurando cada vez más los mapas referenciales a los que acuden las nuevas generaciones, cuando oyen mencionar instancias u objetos que no han tenido oportunidad de conocer en persona (las pirámides de Egipto por ejemplo), o bien que son elementos de su vida cotidiana, que se encuentran "etiquetados" de alguna manera por su entorno social.

De los Reyes (2011), indica que el cine, al igual que otros medios informativos, tiene la capacidad de alimentar un imaginario en la mente de los espectadores, de manera tal que los hechos que exhibe son tomados por el público, a quien no interesa la veracidad de los mismos, sino que se conforma con verlos o escucharlos.



Según el experto, las imágenes que brinda el cine, quedan en la memoria de los niños y jóvenes, hasta el punto de que, por ejemplo, para hablar de los egipcios, los profesores de niños pequeños primero tienen que "descartar los estereotipos falsos que los infantes manejan de tal o cual historia: las momias, las maldiciones, el misterio, etc. Al niño hay que enseñarle que la realidad tiene muchos matices", liberarlo de los mitos comerciales sin fundamento histórico.



Pese a ello, el profesor tiene mucho que aprovechar de tal imaginario, ya que la mayoría de lugares históricos son abordados en los medios, y al llegar a la escuela, los niños ya tienen ciertos conocimientos que tomarían más tiempo enseñárselos, de no ser por las películas que los mencionan.

Un ejemplo del empleo de los imaginarios en las películas de la Guerra Civil española, lo constituye *La hora de los valientes* (1998), en donde uno de los recursos icónicos utilizados por el director (Antonio

Mercero), es el paralelismo que hace entre la Guerra de Independencia de España y la Guerra Civil, a través del lienzo en el cual Goya representa a los fusilados del Dos de Mayo. En la película, este cuadro, que era el favorito de Manuel (el joven celador del Museo del Prado que defiende su patrimonio incluso con su vida), se convierte en metáfora de la recreación en escena del propio fusilamiento del protagonista, en circunstancias parecidas de defensa de un ideal de libertad. Además, las ambientaciones del filme

(decorados, escenografía, vestuario, etc.), coinciden con las de la época de la Guerra Civil española, y dan la suficiente credibilidad a la película en general. El filme evoca las memorias de quienes sobrevivieron la guerra, pues lleva el título de uno de los eslóganes que más se oían por ese entonces en los aparatos de radio de Madrid: "la hora de los valientes" (Crusells, 2006, p. 304).

La idea del imaginario colectivo que recrean los medios

11

es compartida por Sánchez-Biosca (2006a, p. 317), quien indica que se generan a partir de un "sistema complejo de canales interconectados".

Este autor lo define como la "memoria colectiva del pasado reciente", por ejemplo, de los sucesos traumáticos de la Guerra Civil española. Al igual que de los Reyes, Sánchez-Biosca advierte de la diferencia que existe entre lo

teatral de nombre *Las bicicletas son para el verano* (1984), las cuales representaron las vivencias de un preadolescente durante el sitio franquista de Madrid, en donde Fernán Gómez (como director), tuvo la capacidad de describir lo que los madrileños vivieron y sufrieron, y que hasta entonces pudieron contemplar en escena sin preocuparse por aprobar de antemano tal o cual ideología, sino

LAS BICICLETAS SON PARA EL VERANO

EL VIAJE DE CAROL

que se ha "cristalizado en imágenes y relatos verosímiles de la guerra y aquello que los estudiosos especializados establecen en el ámbito del conocimiento histórico", en clara alusión a la diferencia entre memoria e historia.

Monterde (1986, p. 45), coincide con de los Reyes (2011), Sánchez-Biosca (2006a) y Ferro (2008), en indicar que el medio cinematográfico contribuye a la creación de imaginarios colectivos, puesto que "constituye un receptáculo de las mentalidades, de los mitos y representaciones colectivas".

12

Un ejemplo de ello lo constituye tanto la película, como la obra

más bien limitándose a ser el reflejo de vivencias que hubieron de callar por muchos años. *Las bicicletas son para el verano* constituye así un ejemplo de cómo un filme puede llegar a constituir una suerte de imaginario colectivo (Monterde, 1986, p. 177).

Los medios siempre han estado interesados en los temas nostálgicos que atrapan al público en la evocación de sus memorias, tanto a nivel privado (las vivencias familiares), como a nivel colectivo (España o Guatemala como país, según sea el caso). Prueba de ello fue la gran acogida que tuvo la obra teatral primero, y luego la película mencionada *Las bicicletas son para el verano* (1984).





Su éxito dramático lo constituye la singular presentación del pensamiento del padre frente a la Guerra Civil española, todo ello visto y relatado a través de los ojos de un preadolescente que al inicio de su vida afectiva se ve envuelto en hechos trágicos que amenazan la integridad psíquica y física de toda su familia.

Las actuaciones dentro del filme son tan buenas como lo

afectada por el sitio de Madrid y los incesantes bombardeos franquistas. Por las calles y en el interior de cada casa se respira la escasez, el peligro y sobre todo el miedo (Payán, 2006, p. 30).

En palabras de Gubern (1986, p. 170), Las bicicletas son para el verano es una "crónica intimista, con pinceladas de humor y de dramatismo de familias de la clase

fueron en su antecesora versión teatral, de hecho el actor principal, que interpreta al padre (Agustín González), es el mismo en ambas versiones.

Desde siempre, el cine ha contribuido a la recuperación de la memoria. Esto lo vemos en la siguiente apreciación de Payán sobre la película en cuestión:

Tras convencer al padre de comprarle una bicicleta, las aspiraciones de Luisito se ven frustradas por el estallido de la Guerra Civil española, y desde ese momento la bicicleta ya no es su mayor preocupación. Su vida cotidiana cambia radicalmente, y su familia entera va a verse

media que viven sus historias personales en Madrid durante la Guerra Civil. Al buen desempeño interpretativo de los actores de la obra filmica, se suma la atinada caracterización contextual que la película va relatando a partir de noticias, hechos y elementos históricos que van reconstruyendo el escenario de una ciudad destruida de forma material y debilitada anímicamente tras el sitio y bombardeo continuados de varios años.

Todo ello es actualizado por el director a partir de los diálogos cotidianos de los personajes, en donde afloran las preocupaciones por la

13



comida que no alcanza, o el destino de cada cual tras la guerra, por ejemplo.

4. La búsqueda del sentido histórico a través del análisis filmico

El cine constituye un medio interdisciplinar, atendiendo a la infinita diversidad de enfoques posibles de ser trabajado. El presente estudio se propone, entre otros objetivos, evaluar las posibilidades que brinda el cine de ficción para reflexionar sobre los temas socio-históricos que la escuela aborda en su cotidianeidad. En este apartado, se discutirán dichas posibilidades por parte de los expertos que han profundizado respecto del impacto que tiene el cine en la enseñanza (o la reflexión), histórica.

Monterde (1986), recomienda que, para analizar un filme en los contextos de educación e historia hay que establecer el punto de vista apropiado según los objetivos que se pretenden alcanzar con la actividad: decidir qué es lo que

14 queremos y por tanto qué es lo pertinente a tomar de la historia o a seleccionar del

filme. Posteriormente, existen dos etapas importantes para la crítica histórica del filme, como lo son la descripción y la producción de sentido.

Los cineastas tienen múltiples recursos a su disposición para magnificar los sentidos, y focalizar al espectador en determinados detalles que interesan destacar. Prueba de ello es la conocida escena de La lista de Schindler (1996), en donde Spielberg colorea a propósito el pequeño abrigo de una niña que corre entre la multitud conducida hacia el exterminio nazi. García (2006b, p. 26), califica este recurso como un "señuelo para la mirada", "una retórica para alimentar la antítesis entre el rojo y el blanco y negro", recordemos que la película está filmada casi enteramente en tonos neutros de blanco y negro. Este autor considera ese recurso como "retórico", ya que "individualiza" a criterio del director en un caso específico lo que de manera natural era una experiencia colectiva masificada.

Sorlin (citado por Monterde), indica que el sentido filmico no es una: "significación inherente al filme, sino que son las hipótesis de investigación las que permiten

desvelar ciertos conjuntos significantes". Según esto, el sentido no está explícito en la película, sino que es producto de una producción posterior "fruto de la comprobación con los elementos suministrados por el filme".

Por todo ello, Monterde deriva que el sentido del filme no tiene por que ser único, ni tampoco permanece inmutable al paso del tiempo: "un mismo filme podrá decir cosas distintas a investigadores diferentes". Añadido a esto, y dado que todo filme tiene la vocación de brindar algún sentido a quien lo ve, el autor citado considera el proceso de análisis como un interrogatorio que efectúa el investigador al filme: "Sólo interrogándolo podremos producir nuestro propio sentido, y sólo en la producción de sentido encontrará la obra filmica su justificación y plenitud" (Monterde, 1986, p. 25).

Para hallar los sentidos en un filme histórico, Ferro (2008, p. 6), indica que se deben tomar en cuenta "los puntos de referencia de las uniones y de las rupturas" del discurso con respecto a los sucesos históricos. De conseguir esto, podremos vehicular en el cine una importante herramienta de análisis,



ya que contribuiría a:

La búsqueda del sentido que puede tener la evolución de las sociedades, el conocimiento de situaciones y acontecimientos pasados gracias a los archivos, a los testimonios, la demostración propiamente científica que trata más de analizar que de reconstruir el pasado, buscar el origen de los problemas de nuestro tiempo (Ferro, 2008, p. 6).

Sobre esta coherencia del discurso, tan apetecida por los espectadores a la hora de ver una película, se pronuncia el profesor valenciano Sánchez-Biosca (2006b, p. 13), quien opina que la historia "no son los hechos acontecidos en el pasado, es un discurso [un conjunto casi infinito de discursos], que trata [n], de explicarlos, conectarlos inscribiéndolos en cadenas causales que les otorgan sentido". El cine constituye uno de esos discursos, que se une a muchos otros habidos y por haber, que intenta (con intenciones diversas), explicar la historia.

El discurso cinematográfico puede que descansa en alguna visión ideológica de sus autores, que pretenden explicar la historia,

o muchas otras veces, los autores acuden a hechos históricos de gran significado para la audiencia, tan solo con el objetivo de "conectar" con la "cadena de emociones y sentidos" que implica el cine (Amar, 2009, p. 39), y así conseguir mayor audiencia para sus productos.

Este sería el ejemplo de películas tales como *El viaje de Carol* (2002), pues el poco tiempo que se dedica en la cinta a sucesos relacionados directamente con la Guerra Civil, no da oportunidad al cuestionamiento crítico de los hechos históricos relacionados con ella; más bien se centra en la historia familiar de la joven Carol.

Para Ferro, en materia de recuperación de memoria e historia, los documentos filmicos, cada vez más, ganan terreno sobre los escritos, puesto que "hoy en día, la inspiración de la imagen, del filme, toma el relevo a las formas escritas, a las que tiende a sustituirlas, apoyada por el poder de los medios de comunicación" (Ferro, 2008, p. 6).

Una de las circunstancias que en la actualidad determinan el uso del cine es su preferencia por las generaciones en edad

educativa. Los jóvenes y niños que constituyen el principal grupo meta de la escuela, prefieren los medios audiovisuales modernos, al punto que los han adoptado como parte de su cotidianidad. Ferro (2008, p. 7), lo expresa así: "cada vez más la fuerza de la imagen consiste en sustituir a las demás manifestaciones que suscita el análisis del pasado. Por la hegemonía de Hollywood, en Francia se conoce más la conquista del Oeste, que las guerras napoleónicas o de Luis XIV".

El atractivo que ejercen los materiales filmicos sobre los jóvenes podemos ejemplificarlo con *El laberinto del Fauno* (2006), película que según Ibáñez (2010), forma parte de un cine comprometido con la recuperación de la memoria histórica, pues plantea nuevos debates sobre los acontecimientos.

Su argumento narrativo hace una relación entre los sucesos de la Guerra Civil española y la vida familiar de una niña, que acude al mundo de la fantasía como escape y consuelo de una realidad adversa.

15

Esta película es rica en figuras cargadas de simbolismos, tanto de imágenes comunes del imaginario de los jóvenes, como monstruos y cuentos de hadas, así como también de figuras enigmáticas con trascendencia para la construcción del relato (la tiza como vector entre dos mundos, por ejemplo).

Marcel Martin (citado por Monterde), indica que el cine “produce o reproduce la ideología dominante en la medida en que su característica específica esencial,



la impresión de realidad, no viene constituida por la reproducción de la realidad concreta, sino por el reflejo de las cosas refractadas por la ideología”, “el cineasta que se cree libre filmando la realidad no es, así, más que el instrumento involuntario de la propagación de esa ideología”. (Monterde, 1986, p. 45)

García (2000b, p. 10), se refiere a lo anterior indicando que “El cine no representa la realidad,

16

la construye, y al construirla solo utiliza los elementos que precisa para darle el

significado y el sentido preciso a ese nuevo mundo”. Un ejemplo de esto puede constituir Otra de las películas que vio la luz en este periodo es Las largas vacaciones del 36 (1976).

La película aborda los acontecimientos de la guerra desde el lado republicano, sobre todo desde el punto de vista de las familias burguesas barcelonesas (la prolongación del descanso de los niños dio nombre al filme), que quedaron atrapadas por el conflicto en sus propiedades de veraneo en julio del 36. Gubern (1986, p. 168), explica que este filme perteneció al grupo de películas que vinieron tras el rompimiento de la mordaza franquista, y por ello fueron las primeras en ventilar aspectos críticos de la contienda nunca abordados hasta ese momento.

Raack (citado por Rosenstone, 1997), opina que “las imágenes son más apropiadas para explicar la historia que las palabras”, pues la historia escrita convencional es tan lineal y limitada que es incapaz de mostrar el complejo y multidimensional mundo de los seres humanos. Rosenstone comparte la posición de Raack, y señala las especiales características contextuales del complejo ritual que envuelve asistir a la proyección de una película:

Las películas tienen más facilidad que los libros para hacernos partícipes de las vidas y situaciones de otras épocas. Las imágenes de la pantalla, junto con los diálogos y sonidos en general, nos envuelven, embargan nuestros sentidos y nos impiden mantenernos distanciados

de la narración. En la sala de cine estamos por unas horas, atrapados en la historia (Rosenstone, 1997, p. 31).

5. Infancias vulneradas en la Guerra Civil española

A partir de los ejemplos señalados podemos ver que, dado el protagonismo de los niños actores, la utilización de sus historias se hace posible (incluso necesario), para fines educativos, en busca de la identificación de los espectadores con los roles y vivencias de los mismos, sobre todo porque rememora aquellos niños convertidos en héroes anónimos, al colaborar con las tareas familiares a pesar de las circunstancias adversas de la guerra.

Como consecuencia de la Guerra Civil española (y posterior a ella, para huir de la represión franquista), fueron miles los refugiados que se desplazaron en el territorio español y hacia muchos países extranjeros. Una película que habla al respecto es El otro árbol de Guernica (1969), a partir de las vivencias de los niños que fueron obligados a exiliarse por la guerra. Basada en la novela de Luis de Castresana, este relato autobiográfico retrata la aventura de dos niños vascos que son acogidos por hogares adoptivos en Bélgica. Estos infantes sufren malos tratos por sus compañeros, que los discriminan por su calidad de ser extranjeros y españoles. Este hecho fue visible en la vida real en numerosos campos de refugiados en Francia, donde se dieron casos lamentables de “incomprensión u hostilidad extranjera hacia España” (Gubern, 1986, p. 150).

Los niños de Rusia (2001), reúne los testimonios de quienes fueron trasladados en calidad de refugiados a Leningrado, Moscú y otras ciudades soviéticas, cuando en 1937 se decidió en la España republicana, proteger de los estragos de la guerra a los niños, enviándolos al extranjero. Las conclusiones principales del filme de Jaime Camino hacen alusión a las secuelas que el desarraigo provocó en los cerca de 3.000 niños españoles que fueron embarcados a Rusia.

Uno de los daños que se les causó de por vida, según los testimonios expuestos por los entrevistados, fue el sentirse extranjeros en todas partes, pues en Rusia nunca dejaron de añorar la España abandonada de manera abrupta, y al regreso, después de casi 20 años, no pudieron hallar su lugar en una sociedad tan distinta a aquella que los acogió por tanto tiempo.

Al final, atestiguan los afectados, que más de la mitad de aquellos niños devueltos adultos a su tierra natal, volvieron a dejar España con diferentes destinos (gran parte de ellos retornaron a Rusia), ahora de manera voluntaria y como consecuencia del

mencionado sentimiento de desarraigo y de falta de pertenencia a un contexto español que les resultó ajeno (por

condiciones religiosas, políticas, familiares, etc.).

De los 3.000 niños que fueron expatriados, regresaron a España 1.500 aproximadamente. De ellos, la mitad retornó a la URSS porque “no se adaptó a la España franquista”, y al comprobar que “después de veinte años, los sentimientos entre padres e hijos se habían quebrado por la larga ausencia”. Los que se quedaron (aproximadamente 800), sufrieron la desconfianza del franquismo, al asumirlos como agentes comunistas, sumado a que la CIA y el MI-6 británico interrogó a los que habían trabajado en “lugares de responsabilidades para averiguar secretos militares”. Mientras que los que retornaron a la URSS fueron vigilados por la KGB por si eran agentes occidentales (Crusells, 2006, p. 313).

El cine cumple una función de recuperación de los hechos pasados, puesto que de no ser por el recurso audiovisual, sería muy difícil que las nuevas generaciones tomaran idea de las costumbres, las modas, los ambientes de los mismos.

En La lengua de las mariposas son retratados muchos elementos característicos

de las escuelas republicanas, en tanto que la película se desarrolla en los meses previos al alzamiento militar del 36. Prueba de ello son los pupitres utilizados en la cinta, similares a los empleados por la Institución Libre de Enseñanza en ese momento.

El profesor ocupa el centro de interés de la película, pues se expone por ejemplo, la manera cómo se auxilia de la naturaleza (aprovechamiento de los recursos disponibles), para dar lugar a una educación significativa para niños que a diario se ven enfrentados al entorno natural, pero sin percatarse de los fenómenos que dan continuidad a la vida.

De ahí deriva el nombre de la película, de un ejemplo que pone el profesor mientras habla de la anatomía de los insectos, mientras que lleva a los alumnos a presenciar el evento en un entorno natural.

Lo anterior es una muestra del aprendizaje significativo propiciado por un docente que, a pesar de estar cerca de su jubilación, se encuentra motivado para encontrar en eventos cotidianos, una oportunidad

para el aprendizaje de sus alumnos. La pedagogía del profesor está basada en la Institución Libre de Enseñanza, en la independencia del Estado y de la Iglesia, defiende la idea de una educación sin



ataduras ni opresiones.

Podemos ver así que, en *La lengua de las mariposas* se revisa el tipo de educación que promovió la II República, integrada a los eventos sociales e históricos del entorno. La educación de un niño se convierte en el hilo conductor de la historia que explica en parte el drama que tocó vivir a muchas familias, atrapadas en el “fuego cruzado” de la guerra.

Los girasoles ciegos (2009), retrata la frustración y angustia de las familias republicanas que tuvieron que mentir e inventar toda clase de estratagemas para ocultar su pasado ante la represión sistemática de la dictadura de posguerra.

Retrata también el ambiente claustrofóbico que debe enfrentar el jefe del hogar, escondido en un recinto secreto de la casa. Se hace patente también la doble identidad que toca vivir a su hijo, aquel niño que enfrenta por un lado, el adoctrinamiento fascista en la escuela, y por el otro, las medidas de seguridad que, a fuerza de mentiras y coartadas, sus padres ingenian con tal de mantener el secreto familiar a salvo.

Otro ingrediente narrativo se centra en el papel del profesor de religión del niño, en la figura del cura que duda de su vocación, y acosa sexualmente a la madre de su alumno. Al final, el desenlace es fatal a la hora de que intenta abusar de ella y el esposo debe salir de su escondite para defender su honra.

18

Esta película muestra la degradación moral de una sociedad

dividida por la afrenta política y la humillación pública que significó la derrota en la guerra, pero sobre todo, deshumanizada por las estrategias de control del régimen franquista a través del estigma de exclusión que marca la vida de quien representa una amenaza latente para el franquismo, y que por lo tanto debe ser sustraído de la vida cotidiana (puesto en prisión) y eventualmente eliminado del todo.

No podemos olvidar la pléyade de imágenes infantiles que expone *Canciones para después de una guerra* (producido en 1971 pero exhibido públicamente hasta 1977). Ante todo, lo valioso en esta película, no es solamente la larga recopilación de imágenes visuales, y auditivas (canciones), que recrean el ambiente artístico y las modas propias del tiempo inmediato posterior del conflicto; su verdadero valor reside en que fue la primera que mostró imágenes sumamente dolorosas para aquellos que habían vivido la GCE y la represión franquista posterior.

Por ejemplo, las que retratan la infinitud del hambre que azotó a los supervivientes de las zonas arrasadas por la guerra; la mención de las enfermedades que padecieron (tuberculosis, anemia, parásitos), y como colofón, las imágenes testimoniales de las matanzas perpetradas por los sublevados en los bombardeos a las ciudades.

El director de la misma, Basilio Martín Patino (citado por Sánchez-Biosca), se refiere a su obra como: “la radiografía de aquella época, un documento descarnado de historia, sobre el recuerdo bueno o malo de aquellos años, que por muy

entrañables que nos resultasen, nos han quedado como carne cicatrizada de nuestra niñez”.

De la película dice Sánchez-Biosca (2006a, p. 259), que permitía recuperar las imágenes fijadas en la memoria de los españoles, las cuales eran acompañadas con canciones que “en ocasiones pervertían su sentido y resultaba así mucho más evocadora que cualquier enunciado racional”.

6. Infancias vulneradas en el Conflicto Armado Interno guatemalteco

Contar una historia muy personal para llegar al gran público” (Argueta, 2005, p. 14), fue la meta de Luis Argueta y Justo Chang, productor y director de *El silencio de Neto* (1994). Con la película desearon



hacer un "cine guatemalteco para el mundo".

Para ello recrearon su propia infancia en la pantalla, en el turbulento 1954, año en el que la CIA orquestó una invasión a Guatemala desde Honduras, encargada a mercenarios que tuvieron la tarea de derrocar al gobierno democráticamente electo de Jacobo Arbenz Guzmán (hecho que consta en los documentos desclasificados que la misma CIA ha revelado).

El nombre de la cinta, es un juego de palabras que da cuenta de las

secuelas del silencio que dejó la invasión. Chang (citado por Millán, 1995), explica que "en ese momento histórico el guatemalteco quedó silenciado y de ahí el juego de palabras en el título *El silencio de Neto*, es decir, un puro, total y 'neto' silencio en el país". Argueta opina que tal silencio es destructivo, y que hay que luchar para terminar con él.

Propone el cine como medio de "reflejar la realidad, hablar, comunicarse, utilizar un lenguaje comprensible para todos, instaurar un espejo"

(Millán, 1995,

p. 130).

Según Argueta, su lema fue ir "de lo particular a lo universal": contarle al mundo parte de la historia guatemalteca a través de los ojos de un niño.

La propaganda hecha en la exhibición de la película rezaba: "Mientras un país pierde su inocencia, un niño lucha por hacerse escuchar", metaforizando la lucha de la naciente democracia guatemalteca, que no pudo "hacerse escuchar", es decir, consolidarse (Argueta, 2005, p. 50).

Neto, un niño en las puertas de la adolescencia, comparte los eventos propios de su edad con los sucesos que dieron al traste





LA LENGUA DE LAS MARIPOSAS

con el gobierno de Arbenz, el segundo gobierno revolucionario de la llamada "primavera guatemalteca" (1944-1954).

Consecuencia directa de dicho contragolpe, fue la guerra de 36 años que sumió al país en el silencio. El tejido social de la sociedad guatemalteca fue seriamente fragmentado a raíz de ello. A nivel metafórico, la película da cuenta de la incomunicación vivida en las familias, lo cual puede ser producto de la profunda desconfianza que impide

20

sanas relaciones interpersonales en un ambiente de postguerra.

Nery Villanueva, profesor de la Universidad de Alabama, estudia las relaciones en el interior del filme: "Los problemas entre padre e hijo son el producto de la incomunicación. No se puede depositar confianza en alguien que no se conoce. La confianza o desconfianza surge a través de las relaciones interpersonales. Desconfiar de alguien sin conocerle es prejuizarlo". Según él, el padre desconfía de Neto porque no se ha "tomado el tiempo" para conocerlo (Argueta, 2005, p. 38).

Voces inocentes (1995), relata las experiencias de dos niños hermanos, y cómo la guerra influye

en sus condiciones de pobreza y de falta de esperanza en el futuro. Sobre todo se centra en presentar la ruptura de la normalidad en un pueblo del interior, puesto que los niños se ven rodeados del clima de guerra, a partir de las requisas de los soldados gubernamentales, y de la constante interrupción de sus actividades cotidianas por el conflicto: los cierres de las escuelas, la intranquilidad de caminar por las calles repletas de militares, y las constantes pláticas familiares respecto de la inseguridad y el peligro de la situación.

Las actuaciones son muy acertadas en cuanto a dar credibilidad al drama vivido en el

seno de una familia de clase media, que vive con el temor constante de ser víctima de las escaramuzas entre gobierno y guerrilla, o bien verse obligada a renunciar a los más preciados de sus pertenencias: los niños varones que fueron reclutados por igual, tanto por la guerrilla, como por el ejército regular.

Lo interesante de la película es que describe las estrategias autoritarias mediante las cuales los gobiernos centroamericanos lograron hacer frente a las guerras de guerrillas: encontrar soplones, o el reclutamiento forzoso de jóvenes del interior para engrosar las filas del ejército. Además retrata las condiciones de pobreza que fueron el caldo de cultivo para que los sectores rebeldes de la población buscaran cambiar el régimen por la fuerza de las armas.

Aunque Voces Inocentes trata el conflicto armado salvadoreño, se incluye en este estudio por la cercanía de toda índole con la realidad de la infancia guatemalteca. La película fue filmada en México, por actores mexicanos, por lo que podemos decir que representa el sufrimiento de pueblos hermanos que se debatieron en guerras fratricidas en la década de los 80.

7. Conclusiones

En el cine que toca las guerras civiles de España y Guatemala, encontramos varias películas que toman la figura de la infancia como protagonista principal. A manera de ejemplo, podemos decir que, en

el caso español, La lengua de las mariposas, el niño cumple el papel de un alumno que llega por vez primera a la escuela, mostrando sus miedos, su angustia de verse separado de su ser más querido (la madre), a cambio del cuidado del personal docente.

En este caso la figura del profesor asume la responsabilidad de orientarlo de manera exitosa en el camino de hacerlo una persona con los conocimientos adecuados, pero también con la responsabilidad ambiental y ética necesaria para la convivencia social.

En el caso guatemalteco, el ejemplo lo constituye el preadolescente protagonista de El silencio de Neto, aunque mantiene aún la inocencia de niño, se muestra atento a los movimientos políticos de los mayores, y sobre todo, es testigo y víctima de la angustia de un mundo adulto lleno de prohibiciones, de reglas a seguir y de conductas preconcebidas que rayan entre lo bueno y lo malo.

Esto lo percibe Neto a raíz de las discusiones entre quien representa los tabúes y cánones rígidos sociales, y que se opone a la figura de su tío, libre pensador y amante de la causa democrática del gobierno revolucionario de Arbenz.

Los protagonistas de Los niños de Rusia, y el Otro árbol de Guernica, encarnan la tragedia bélica de la Guerra Civil española,

en donde miles de niños tuvieron que salvar la vida refugiándose en tierras extranjeras. Todo ello a costa del abandono del nido familiar, e incluso del desarraigo en tierras ajenas, que perduró durante toda su vida.

Esto se hace evidente en el caso de Los niños de Rusia, pues por haber vivido mucho tiempo fuera, los refugiados no solamente sufrieron durante el conflicto, sino que a su regreso a España se sintieron "extranjeros en su propia tierra".

En lo que se refiere al problema migratorio, como consecuencia del Conflicto Armado guatemalteco, igualmente se movieron miles de personas hacia lugares ajenos al lugar de origen, y la mayoría de los niños que nacieron en campos de refugiados de México, Bolivia, y otros países hermanos que

brindaron asilo a los perseguidos por



el conflicto, han retornado al suelo patrio pero en condiciones precarias, que no auguran una inserción digna en una sociedad globalizada. Esta problemática se hace evidente en películas tales como *La hija del puma*.

Podemos concluir que la revisión de las vivencias y experiencias infantiles que el cine recrea en películas referentes a las guerras civiles de Guatemala y España, puede constituir un importante referente a seguir por la Escuela, en su papel de instructora y formadora de las nuevas generaciones.

En lo que respecta a la reconstrucción de la memoria y los hechos históricos, encontramos numerosos expertos que recomiendan su utilización en las aulas, sobre todo por las

características del cine en cuanto a integrar diferentes disciplinas, y a su capacidad de, tal y como lo dice de la Torre (2005), lograr aquellos “estímulos multisensoriales lo más cercanamente posible a como son percibidos en la realidad (simulación)”.

Los ejemplos de las películas analizadas en el presente estudio, corroboran dichas opiniones, por cuanto revelan hechos del pasado que si no fuera porque la industria del cine acude a ellos, sería muy difícil que otro tipo de materiales (escolares o no), tuvieran la capacidad de recrearlos con tanto detalle y fuerza evocativa.



Otto Yela

Profesor universitario e investigador. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de San Carlos de Guatemala, Postdoctor en cine y resiliencia por la Universidad de Lodz, Polonia. Doctor en Desarrollo del Aprendizaje por la Universidad de Alcalá, España. Maestro en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, México. Conferencista internacional y autor de diversos artículos científicos en países de Latinoamérica y Europa.

ottoyela@yahoo.com



Fuentes referenciales

- Amar, Victor (2000). La alfabetización audiovisual a través de la educación con el cine. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, Nº 15. Huelva: Colectivo Andaluz para la educación en medios de comunicación. Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas Científicas de Ciencias Sociales y Humanidades, REDALYC.
- Argueta, Luis (2005). El silencio de Neto, guión y artículos afines. Guatemala: Editorial Universitaria, USAC.
- Crusells, Magí (2000). La Guerra Civil Española: cine y propaganda. Barcelona: Ariel.
- Crusells, Magí (2006). Cine y Guerra Civil Española, imágenes para la memoria. Madrid: Ediciones JC.
- de los Reyes, José (2011) Curso: Historia, Cine y Escuela (entrevista personal efectuada el 19 de julio de 2011). Universidad Autónoma de Madrid.
- Ferro, Marc (1995). Historia Contemporánea y cine. Barcelona: Ariel.
- Ferro, Marc (2008). El cine, una visión de la historia. Madrid: Akal.
- García, Francisco (2000a). La representación del niño en los medios de comunicación. Madrid: Huerga y Fierro.
- García, Francisco (2000b). La imagen del niño en los medios de comunicación. Madrid: Huerga y Fierro.
- Gubern, Román (1986). 1936-1939: La guerra de España en la pantalla. Madrid: Filmoteca Española.
- Gubern, Román (2005). "La guerra vista por el cine". En: *Revista Letra Internacional*, Nº 87. Editorial Pablo Iglesias.
- Ibáñez, Juan y Anania, Francesca (2010). Memoria histórica e identidad en cine y televisión. Zamora: Comunicación Social, ediciones y publicaciones.
- Millán, Francisco (1995). La hija del puma, cine con rostro indígena. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Monterde, José (1986). Cine, historia y enseñanza. Barcelona: Laia.
- Payán, Javier (2006). Las cien mejores películas sobre la Guerra Civil Española. Madrid: Cacitel.
- Payán, Miguel (1993). El cine español de los 90. Madrid: Ediciones JC.
- Rosenstone, Robert (1995). *Revisioning history film & the construction of a new past*. New Jersey: Princenton University Press Studies in Culture.
- Rosenstone, Robert (1997). El pasado en imágenes, el desafío del cine a nuestra idea de la historia. Barcelona: Ariel.
- Sánchez-Biosca, Vicente (2006a). Cine y Guerra Civil Española, del mito a la memoria. Madrid: Alianza Editorial.
- Sánchez-Biosca, Vicente (2006b). Cine de historia, cine de memoria. La representación y sus límites. Madrid: Cátedra.
- Yela, Otto (2013). El cine como laboratorio sociohistórico y sus implicaciones educativas. Tesis del Doctorado en Desarrollo Psicológico, Aprendizaje y Educación, Perspectivas Contemporáneas. Universidad de Alcalá. Consultable en: <http://dspace.uah.es/dspace/handle/10017/20145>

SEMIOSIS:

PROCESO DECODIFICADOR SOCIAL

Freddy Poroj

El proceso semiótico como herramienta para la decodificación, interpretación y emisión de signos, en el proceso de comunicación social, tiene como base una lógica que plantea la transformación natural de significantes, y a su vez proporciona un método para fijar dicho proceso en todos sus ámbitos, para la indagación de la estructura de la interpretación signica, en este sentido, Elizondo (2012:37) plantea que:

Ya hemos visto que la acción del signo es posible mediante el pensamiento inferencial, entonces se entiende que la acción semiótica es una acción del pensamiento. Nos encontramos, pues, ante una teoría del conocimiento, una

24 *lógica de la indagación en la formación de*

conceptos y símbolos.

Esa lógica de indagación, como proceso mutable de la semiología (si se quiere ver desde el punto de vista lingüístico) y semiótica (desde el punto de vista lógico y filosófico-matemático), hace que la semiosis se convierta en la idea de los efectos sensibles, respecto al pragmatismo, que encierra la experiencia que los seres humanos poseen dentro del ámbito colectivo, es decir, la cultura.

El tema de la existencia de las representaciones mentales es controvertido, a pesar de que nadie, al parecer, duda de la existencia de los procesos mediante los cuales el ser humano percibe, conserva y compara sus experiencias perceptivas, siendo capaz, además, de producir, por ejemplo, retratos de los objetos visualizados e

incluso de objetos inexistentes. Pero no solamente objetos, sino también asociaciones de conceptos (significados) e imágenes acústicas (significantes), terminología lingüística al hablar de palabras. Es por eso que Eco (1986:22), enfatiza que la semiología no es el estudio únicamente de los signos, planteados por Saussure y Pierce:

(...) digamos, pues, en una primera aproximación, que la semiótica estudia todos procesos culturales (es decir, aquellos en los que entran en juego agentes humanos que se ponen en contacto sirviéndose de convenciones sociales) como procesos de comunicación.

Cabe reparar que la palabra semiología fue utilizado en una de sus acepciones más antiguas en la medicina; era el término

Más sobre el autor:
Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Columnista de "El sancarlistaU". Para más contenidos en twitter; @freddyporoj



empleado para designar el estudio e interpretación de los síntomas de las enfermedades. Pero si se analiza la etimología, ésta deriva de la raíz griega semeion (signo) y sema (señal), entonces se plantea en términos muy generales que, la semiología se ocupa del estudio de los signos. Basta decir que, no hay semiosis sin signos y los signos solamente existen dentro de procesos semióticos.

Independientemente de la perspectiva abordada, siempre se relacionará toda una serie de orientaciones y acercamientos para la distinción de ambos términos, que evidencian a la semiosis, como el sistema generador de significados. Pedroni (2000:27) lo expresa de la siguiente manera:

Entiendo por semiótica o semiología a la disciplina que se ocupa de estudiar científicamente, todos los procesos de significación que hacen posible la comunicación en general y la comunicación humana en particular, los diferentes textos en donde el proceso adquiere una concreción perceptible y los medios para producirlos, es decir los signos, los códigos y los discursos.

Greimas (1983), otro gran teórico de la materia, sostuvo que la semiología concurre con la semiótica, es decir, que la primera forma parte de la segunda respectivamente. Hoy en día la utilización de ambos nombres para algunos es indiferente. La semiología, como fuente de estudio de los signos en sociedad, abarca las culturas y sus procesos

26

de comunicación utilizados por los habitantes, pero estrictamente dentro

del proceso semiótico.

Esta actividad de establecimiento de relaciones signícas (semiosis), es lo que se conoce como: pensar. Aunque se olvida, muchas veces, que el lenguaje no es constitutivo de esta facultad humana, sino una forma más avanzada.

Los significados, o sea las categorizaciones conceptuales, descansan en una mezcla de relaciones que unen impulsos provenientes del mundo real (externo), de los recuerdos y de los comportamientos pasados, y las áreas cerebrales que las controlan, pueden operar sin entradas directas o con otras que provienen de diferentes fuentes, como algo visto y algo oído.

Al realizar una mirada a la Grecia antigua, Aristóteles afirmaba que el signo no representaba precisamente a un objeto sino a un concepto, o sea a una idea. Explicaba en uno de sus argumentos en virtud de objeción a Platón que, si existen ideas de cada cosa (signos constituidos), tendrá que haber también ideas de las relaciones (signos en situación), puesto que las relaciones se perciben estrictamente mediante la semiosis intuitiva de las cosas.

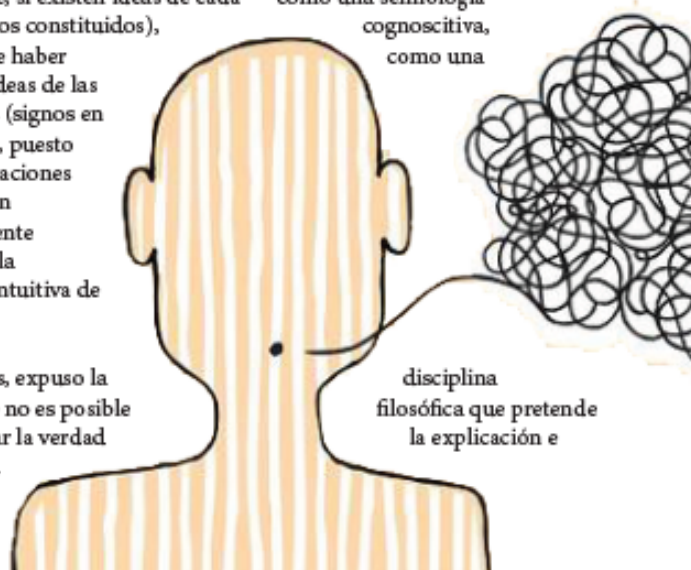
Además, expuso la teoría que no es posible determinar la verdad o falsedad de las

palabras, ya que ellas se refieren a pensamientos y no a realidades externas. "La forma, en Aristóteles, es la esencia, lo que hace que la cosa sea lo que es." (García, 2006:119).

Es de considerar entonces que las cosas percibidas por los sentidos, tienen un significado creado convencionalmente por los mismos sujetos, empero, este plano del contenido no lo tienen separado de otros, en la praxis social. Si se obtiene información ajena al código establecido, el proceso semiótico será vulnerado por los ruidos semánticos y sintácticos, es por eso que Barthes (1985:67) aclara que:

...no es en absoluto cierto que en la vida social de nuestro tiempo existan, fuera del lenguaje humano, sistemas de signos de cierta amplitud. Objetos, imágenes, comportamientos, pueden en efecto, significar, pero nunca de un modo autónomo. Todo sistema semiológico tiene que ver con el lenguaje y la cultura.

La teoría de Peirce, se presenta como una semiología cognoscitiva, como una

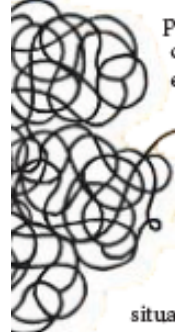


interpretación del conocimiento humano. Su punto de partida es el esquema triádico en cuanto a los componentes del signo: el representamen, el interpretante y el objeto; que dentro del proceso semiótico permiten actos decodificadores en la comunicación.

En este sentido, Elizondo (2012), resume dichos apartados peircianos por medio de la inferencia de los hechos externos e internos, en relación al tercer principio (la negación) y explica al signo aludiendo a tres referencias. Primero como un signo para alguien; es decir, para algún pensamiento que lo interpreta, hállese del que lo decodifica.

Segundo, porque es un signo de algún objeto para el que, en ése pensamiento es equivalente. Y, por último, es un signo en algún aspecto o cualidad, que lo pone en conexión con su objeto, es decir, su referente.

Los signos, dentro del proceso semiótico son



pues, creados en situaciones concretas y textuales mediante las personas que, a su vez, hacen la

relación de las ideas (conceptos o significados) en una realidad formada por las circunstancias pragmáticas. En el libro *Seis semiólogos en busca del lector*, Victorino et al (1999:46-47), afirma que según Peirce, toda la realidad puede ser comprendida a partir de tres categorías que permiten unificar aquello que es complejo y múltiple a saber:

a) *El primer correlato: es todo cuanto tienen posibilidad de ser, real o imaginario.*

b) *El segundo correlato: son los fenómenos existentes, es lo posible realizado y por tanto es aquello que ocurre y se ha concretizado en relación con la primeridad.*

c) *El tercer correlato: está formada por las leyes que rigen el funcionamiento de los fenómenos, es una categoría general que da validez lógica y ordena lo real.*

Consecuentemente, la semiología de Peirce hay que ubicarla en el conjunto de su teoría de la realidad, en otras palabras, de su sistema metafísico y de los principales puntos referenciales que sostienen todo su pensamiento, tanto filosófico como también cosmológico. Dentro de su manera de pensar, buscaba aquella

universalidad de pensamiento que le permitiera comprender la totalidad del mundo y para ello, vio la necesidad de elaborar un sistema con categorías que abarcaran las realidades conocidas y cognoscibles.

Parece cada vez más difícil concebir un sistema de imágenes u objetos cuyos significados puedan existir fuera del lenguaje, porque para percibir lo que una substancia significa, necesariamente hay que recurrir al trabajo de articulación llevado a cabo por la lengua, y a este proceso también se le considera semiosis.

Tratar a una semiosis como inferencia, no implica exclusivamente un objeto de análisis formal. Así, aunque en un principio se trabaje sobre substancias no lingüísticas, se encontrará antes o después el lenguaje en el camino, en el diario vivir. Y no solo como modelo, sino también a título de componente de elemento mediador o de significado de la cultura en donde las personas se relacionan con su entorno signico.

Es importante agregar que, dentro de los análisis semiológicos de Jacobson, (1976:89) se encuentra la función signica, en donde explica que:

La base de todo proceso de comunicación es el signo, elemento con el que el emisor codifica su mensaje. Una primera definición de signo podría ser: Objeto perceptible por los sentidos que representa a otro objeto.

27

Dada esta definición, Jakobson divide en dos grandes grupos a los signos dentro de un marco referencial:

a) *Indicios. Fenómeno natural, producido involuntariamente e inmediatamente perceptible, que nos da a conocer algo sobre otro hecho que no es inmediatamente perceptible.*

b) *Señales, indicio convencional, producido artificialmente. En lingüística, lo que interesa es este tipo de signo en el que a un objeto representante (ORT) se le hace corresponder un objeto representado (ORD).*

A ese proceso se le llama función signica y presenta una serie de características que nutren el proceso semiósico, porque:

c) *Es constante. - Una vez que la función signica ha actuado, el producto resultante se convierte en una asociación perdurable.*

d) *Es irreversible. - La señal es irreversible en virtud de su carácter constante.*

e) *Es generalizadora. - Una vez que la función ha actuado, las señales pierden cualidades concretas que no sirven a la función.*

28

Además, expone también distintos tipos de señales dependiendo del grado de semejanza entre el ORT y el ORD: íconos (semejanza total), símbolos (semejanza parcial), signo (ausencia de semejanza). Esta es la base del signo lingüístico y, por tanto, del lenguaje natural humano. A esta relación se le puede agregar el planteamiento de Elizondo (2012:28), derivado de la teoría peirciana:

Una vez que se comprende que la teoría semiótica de Peirce pone el énfasis en los procesos en que un signo lo es siempre y cuando tenga una función clara en una semiosis dada, y que puede cambiar, y de hecho cambia, según la función que reconozcamos en él, entonces podremos visualizar la interacción como muy dinámica, más parecida a la combinación química de los elementos que a una tabla rígida de objetos.

Jakobson (1976), dentro de sus aportes distingue las funciones de la comunicación que corresponden a los elementos de este proceso, y plantea un modelo para poder comprender cada una de las partes que se encuentran ligadas a la teoría de la significación que se sustenta en la base semiósica. Es por eso que Jesús Elizondo puntualiza:

Dicho de otra manera: el conjunto total de efectos concebibles en el mundo será el significado final del concepto abstracto que queremos clarificar. El principio del cual se desprende esta regla es que la total función del pensamiento es producir hábitos de acción, esto, es creencias.

La semiosis solamente puede tener la forma de una red de relaciones entre el producto (decodificación) y su producción (codificación); pero solo se la puede señalar como sistema puramente relacional: tejido de enlaces entre los signos y su significado, entre un mensaje y lo que no es, entre la manipulación de un conjunto significante destinada a descubrir las huellas de operaciones, y las condiciones de producción de esas operaciones psíquicas.

El estudio de la ciencia semiótica se encuentra, entonces en la disposición de ampliar el conocimiento como experiencia existencial dominando simultánea y posteriormente toda una gama de códigos que van, desde los más personales e individuales, incluso a los más colectivos.

En definitiva, la semiosis está presente en un marco de relaciones sociales que contribuyen a la decodificación dinámica, a la cual llamaría el fundador de la culturología, Iuri Lotman, semiósfera.



Bibliografía

Barthes, Roland. 1985. La aventura semiológica. Barcelona. Ediciones Paidós

Elizondo, Jesús Octavio. 2012. Signo en acción. El origen común de la semiótica y el pragmatismo. México. D. F. Ediciones Culturales Paidós, S. A.

Greimas, Algirdas Julien. 1983. La Semiótica del texto. Ejercicios prácticos. Barcelona, España. Editorial Paidós.

Jakobson, Roman. 1976. Nuevos Ensayos de Lingüística. México. Editorial Siglo XXI.

Pedroni, Ana María. 2000. Semiología, un acercamiento didáctico. Universidad Mesoamericana. Guatemala.

Peirce, Charles Sanders. 1975. La Ciencia de la Semiótica. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Nueva Visión.

Velásquez, Carlos. 2008. Semiología del Mensaje Estético. San José Villa nueva, Guatemala. Eco Ediciones, 3ra. Ed.

Verón, Eliseo. 1993. La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona, España. Editorial Gedisa, S. A.

Victorino Zecchetto y otros. 1999. Seis semiólogos en busca del lector. Buenos Aires, Argentina. Ediciones CICCUS Bs. Argentina. Ediciones La Crujía. Tucumán Bs. Argentina.

29



GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN CIENTÍFICA Y ACADÉMICA A TRAVÉS DE INTERNET

Miriam Yucuté

ABSTRACT:

La búsqueda de la información científica y académica a través de internet, ha cambiado sustancialmente, a medida que la sociedad ha ido sufriendo grandes y notables cambios en todos sus ámbitos.

Tras el surgimiento de internet, se desarrolla el proceso de globalización, lo que desencadena una serie de fenómenos como la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento. Esto incide ostensiblemente en los procedimientos de la búsqueda, recolección, discriminación, almacenamiento y distribución de la información, en consecución del conocimiento.

30

Los cambios sociales generados por el desarrollo de las TICs, han propiciado el analfabetismo digital, un problema al que hasta ahora se le ha prestado muy poca atención y que constituye uno de los grandes retos para la gestión del conocimiento científico y académico.

PALABRAS CLAVE:
Gestión, información,
conocimiento, globalización,
internet, las TICs.

Para llegar al conocimiento científico y académico, es imprescindible realizar el manejo de una información apropiada, lo que obliga a la búsqueda consciente, selección y análisis de los datos necesarios.

La búsqueda de la información se ha constituido a lo largo del desarrollo de la humanidad, en una necesidad inherente al hombre, al igual que la comunicación. Desde sus inicios, el hombre ha ido acumulando conocimientos con base en sus experiencias y necesidades, mediante el manejo de información, adquirida ya sea de forma intencionada, casual o accidental.

Según Noemí Martínez Caraballo, (www.redalyc.org/html/549/54920302/) la gestión de la información, va mucho más allá de la simple ubicación de datos. Implica todo un proceso, que incluye la búsqueda de fuentes, selección, organización, almacenamiento y reproducción de la información. Este proceso



Sobre la autora:

Docente de la Escuela de
Ciencias de la Comunicación.

no se realiza únicamente de manera individual, sino también colectiva, por lo que si se comparte la información obtenida, mediante la comunicación, resulta más enriquecedor, no sólo para el individuo sino para la colectividad.

Paralelo al desarrollo de las distintas etapas de la sociedad, desde la primitiva hasta la época actual, con la sociedad de la información y del conocimiento, la gestión de la información también se ha desarrollado superando diferentes estadios, desde la época de las pinturas rupestres y los manuscritos, pasando por la imprenta y la prensa, hasta llegar a la era digital.

Indiscutiblemente, uno de los avances más grandes del desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación -TICs-, es la creación de internet, que sin duda alguna presenta grandes ventajas para los navegantes, particularmente en lo que se refiere a la facilitación del acceso a la información, así como su bajo costo. A simple vista, resulta mucho más barato y práctico, buscar información específica a través de internet y seleccionar sólo aquella parte

32

que nos interesa e imprimirla, que comprar libros costosos, que muchas

veces están fuera del alcance de nuestros bolsillos.

Por otra parte, desde la computadora tenemos acceso a diversas bibliotecas no sólo locales sino de otros países, y en consecuencia, a todas aquellas fuentes bibliográficas que y de diversa índole, que necesitamos. Sin embargo, la búsqueda de la información especializada no se circunscribe únicamente a la habilidad del manejo elemental de las operaciones básicas de las TICs.

Aún cuando el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación facilitan en buena medida, el acceso a una enorme cantidad de datos y por consiguiente la búsqueda de la información, en la consecución del conocimiento, también lo es, el hecho de que presenta grandes y serias dificultades que inciden en el proceso educativo a nivel superior.

Sobre el particular, Mg. Aldo Velásquez Huerta, (<https://es.scribd.com/document/.../Almacenar-clasificar-y-compartirenlaces-Delicious>), señala que en la actualidad el crecimiento de la información es exponencial de tal forma, que el volumen de dicha información generada va a exceder la capacidad de almacenamiento mundial, por lo que en el contexto de la sociedad de la información, es necesario

que las personas adquieran nuevas competencias en la búsqueda, acceso, procesamiento, generación y publicación de la información.

Internet actualmente se ha convertido en una gran fuente de almacenamiento de información con una variedad de formatos, (textos, imágenes, sonidos, videos, etc.), las que no se encuentran debidamente organizadas, lo que se constituye en una de las dificultades para facilitar su acceso.

Es por ello que se hace necesario emplear técnicas y herramientas apropiadas (motores de búsqueda), para ubicar la información específica y confiable en el menor tiempo.

Otro de los aspectos que es necesario resaltar, es que la información publicada en Internet no necesariamente es útil y de calidad en su totalidad, por lo que para su empleo educativo es necesario que el docente oriente debidamente a sus estudiantes y someta a un riguroso análisis las fuentes consultadas, a fin de asegurarse la fiabilidad de esa información, para su empleo educativo.

Estamos de acuerdo en que es tan grande y tan cambiante el volumen y el contenido de la información que se almacena en internet, que llega a tal grado de saturación, que termina generando una verdadera entropía. Para los usuarios de internet, cada vez se

hace más compleja la búsqueda de información a través de esta tecnología, aunque a simple vista parezca una de las operaciones más sencillas. Algo tan simple como dar un clic, escoger dentro de lo primero que nos presenta el motor de búsqueda y **copy paste**. Pero la búsqueda de la información científica o académica y periodística, implica mucho más que eso. Contempla todo un proceso, que incluye la búsqueda, selección, organización, almacenamiento y reproducción de la información.

Además, otro de los serios problemas que presenta la superabundancia de la información en internet, es la falta de conocimiento y criterio por parte de los

navegantes, para poder discriminar dicha información. Generalmente consultan la primera página que abren y copian sin ni siquiera leer el contenido. No importa si se trata de wikipedia o del rincón del vago. No saben que existen motores académicos como: Sircus, Contexto, Imputs, Google escolar o Live Search academic, por mencionar algunos.

La experiencia nos ha demostrado que actualmente, muchos de los estudiantes universitarios se limitan a copiar y pegar. Cuando plantean dudas sobre los trabajos de investigación asignados, más que indagar sobre el contenido, se preocupan por preguntar de cuántas hojas hacen el trabajo, puesto

que la cantidad no constituye ningún problema para ellos.

En otro sentido, casi nunca los estudiantes se cuestionan sobre la calidad de la información que obtienen. Se conforman con lo primero que encuentran y se dan por satisfechos. Claro que la responsabilidad no es sólo de ellos, ya que muy pocas veces se les da la orientación adecuada por parte de los profesores, quienes tampoco tenemos un amplio conocimiento al respecto.

También es importante reflexionar sobre la necesidad que hay de organizar esas grandes cantidades de información, almacenadas a través de los motores de búsqueda, que permitan no sólo un acceso más rápido, sino la obtención de información más confiable.

Recordemos que así como se encuentra información valiosa en internet, también se encuentra mucha información que acusa una gran falta de seriedad y carece de todo respaldo académico o científico.

Pero la



33

problemática que presenta internet para la búsqueda de la información científica y académica, tiene otras implicaciones para los usuarios de internet y es que no es suficiente con que la información esté debidamente organizada y codificada, sino que se hace imperativo el manejo de estos nuevos códigos, a fin de poder aprovechar todas las posibilidades que nos brinda esta tecnología.

Hace poco más de cuarenta años, los materiales impresos eran la principal fuente de información científica y académica, y se les encontraba en las librerías, bibliotecas, archivos o hemerotecas. Se elaboraban fichas con citas directas o indirectas, de resumen, etc. Pero hoy, las cosas han cambiado radicalmente.

La mayoría de personas, pero sobre todo, los jóvenes, acuden con mayor frecuencia a fuentes digitalizadas como Google, Wikipedia, el rincón de vago, biografias.com), cuando de investigar se trata, bajo el supuesto de que todo lo ahí publicado es confiable.

Pero ocurre que no sólo no consultan otros sitios, sino que tampoco consultan otro tipo de fuentes. Por lo general, siempre acuden a las páginas de wikipedia, una de sus fuentes favoritas y confían plenamente en que la información que obtienen es la correcta.

Todavía el estudiante no ha desarrollado un sentido crítico que le permita dudar, desconfiar de dicha información y que en consecuencia se

34

motive a compararla y confrontarla con datos provenientes de otras fuentes.

Es por ello que caben algunas preguntas: **¿cuántos de los estudiantes que consultan internet saben manejar apropiadamente los distintos códigos digitales?, ¿cuántos saben seleccionar y discriminar la información encontrada? ¿cuántos están en capacidad de analizar y procesar dicha información?**, aún no tenemos una respuesta concluyente. Pero el problema mayor estriba en que los estudiantes de hoy, no utilizan otras fuentes de consulta, dando por sentado que a través de internet lo van a encontrar todo, y lo que es peor, lo que no está en internet, simplemente no existe.

Visitar bibliotecas o hemerotecas (aún en línea), entrevistar a la gente, observar fenómenos y situaciones, son posibilidades inimaginables para la mayoría de los estudiantes de nuestros días. Entonces nos preguntamos, si los estudiantes no saben cómo manejar las herramientas de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, **¿cómo van a hacer investigación? ¿cómo van a obtener una mejor formación académica?**

Sobre el particular, Celso Manuel Cruz Cruz y Eslhey Sánchez Domínguez (*afirsielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X200900040001*), afirman

que **“La formación en profesionales y estudiantes de habilidades informáticas para la gestión de la información son premisas actuales que se materializan en estrategias como la de alfabetización informacional”**.

(Por su parte, Beatriz Fainholc, 2004:19), al referirse a la sociedad de la información, caracterizada por la centralidad del conocimiento debido a que este constituye la materia prima del desarrollo económico y cultural, señala que a partir de las mutaciones provocadas fundamentalmente por las actividades informacionales y comunicativas, se presentan conflictos, desigualdades y, por ende, un gran malestar social – por la inequidad que generan– al mostrarse la sociedad incapaz de aprehender y difundir tales cambios concebidos.

Frente a este desconocimiento de las infinitas posibilidades que nos presenta internet en materia de acceso a la información en general, de la nueva codificación, de la creación de nuevos y diversos lenguajes, (Beatriz Fainholc, 2004:13-17) señala que existe la necesidad de satisfacer una necesidad de alfabetización en las tecnologías de la información y la comunicación –TICs– para poder desarrollar competencias para la interacción en dichos entornos electrónicos y así enfrentar la práctica de una lectura diferente, apelando a nuevas disposiciones.

Respecto al analfabetismo relacionado con las tecnologías de

la información y la comunicación, agrega Fainholc, que entre las competencias más vinculadas al tema, tienen especial relevancia el manejo de la información y el pensamiento sistémico-holista, para buscar, ubicar y establecer valiosas conexiones entre diferentes recursos, desde múltiples y diversas perspectivas para la investigación y el fomento de la realización de la síntesis hacia la profundización de la comprensión de los contenidos. Es decir, que a través la práctica de una lectura crítica en internet, se puede contribuir a desarrollar y consolidar el pensamiento crítico y reflexivo.

Actualmente, los profesores tenemos la idea de que todos los estudiantes conocen y manejan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, porque los vemos con el celular en la mano todo el tiempo o frente a las computadoras, interactuando a través de las redes sociales. Pero cuando se trata de la búsqueda de la información para la realización de pequeñas investigaciones académicas, nos damos cuenta que no es así.

Que el estudiante no siempre sabe qué, cómo ni dónde buscar la información adecuada a través de internet. Es más, muchas veces no tiene la menor idea sobre aquellos sitios en donde se puede obtener información especializada y fidedigna.

Hay otro aspecto que no podemos soslayar y es el que se refiere al lenguaje. Estévez Delgado y Ochoa Hernández (<https://es.slideshare.net/lina290101/la-evolucion-histrica-de-la-informacin-38674284>), señalan que



uno de los principales problemas en la búsqueda del conocimiento es precisamente el lenguaje.

Señalan la importancia de reducir la distancia que surge entre el lenguaje común y el especializado, hasta fundirse en un solo, toda vez que el lenguaje va evolucionando y cambiando de manera casi imperceptible, en la medida en que las necesidades nos van orillando hacia ello, con el propósito de resolver nuestros problemas.

Cabe mencionar aquí, el escaso o nulo hábito de lectura que presentan los estudiantes y que tiene relación directa con el lenguaje que manejan y el escaso vocabulario, que no les permite tener niveles mínimos de comprensión de lectura. Tal pareciera que los jóvenes están perdiendo la capacidad del manejo de un lenguaje formal, absorbidos

por la moda del uso del lenguaje soez, vulgar y agresivo.

Hay toda una tendencia hacia la utilización de este tipo de lenguaje y los jóvenes parecen no darse cuenta de que su acervo lingüístico es cada vez más pobre. Por supuesto que esta situación incide negativamente en los jóvenes, no sólo a la hora de gestionar la información, sino a la hora de elaborarla.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, constantemente se incorporan nuevas palabras y nuevos conceptos que deben ser asimilados para poder manejarlos y aplicarlos, y habría que analizar hasta dónde los estudiantes están en capacidad de asimilar y hacer un buen manejo del lenguaje científico o académico y tecnológico.

La gestión del conocimiento ya sea de forma directa o

indirecta, constituye un proceso fundamental para la comprensión de la realidad y para la solución de los problemas, en respuesta a las diversas necesidades del ser humano. Este proceso implica desde la búsqueda, selección, procesamiento, almacenamiento y reproducción de la información, hasta el acceso y manejo de las fuentes digitales.

No cabe duda que la gestión del conocimiento en general, pero sobre todo, del conocimiento científico y académico a través de internet, nos brinda grandes posibilidades y facilidades, pero también nos enfrenta a grandes problemas, producto de una nueva cultura de la sociedad de la información, tales como el analfabetismo en materia tecnológica, la falta del dominio de un lenguaje formal y académico, el

desconocimiento de los códigos de las TICs, la falta de hábitos de lectura, la escasa capacidad para realizar los procesos de análisis y síntesis, falta de un criterio de selección y valoración de la información recabada y la falta de la capacidad de la lectura crítica en internet, hasta la falta de organización y discriminación de las enormes cantidades de información almacenadas en internet.

Todos los problemas apuntados tienen sus efectos negativos en la educación superior, en donde no sólo el estudiante es el responsable de superarlos,



sino que hay una responsabilidad compartida con la familia, la sociedad y las instituciones educativas, responsables de la formación de los individuos, desde los primeros años de educación escolarizada hasta llegar a la educación universitaria. Es a través de las instituciones educativas, que los profesores debemos asumir nuestra responsabilidad, en lo que



se refiere a la formación de los jóvenes.

Pero para poder orientar y formar adecuadamente a los estudiantes en lo que se refiere a la gestión del conocimiento a través de internet, los profesores tenemos que estar debidamente capacitados. No se concibe que los profesores exijamos a nuestros estudiantes lo que nosotros mismos no somos capaces de dar.

No podemos pretender que los estudiantes conozcan y dominen el uso de las herramientas adecuadas en la búsqueda de la información científica y académica a través de internet, cuando los mismos profesores no somos capaces de hacerlo. Como decía Anthony de Mello (*otrapintura.blogspot.com/2007/11/anthony-de-mello-aprender.htm*), "El enseñar sólo es posible cuando también es posible aprender. Y aprender sólo es posible cuando te enseñas algo a ti mismo"

Compartimos plenamente el criterio de que uno de los grandes retos de la sociedad del conocimiento –y aquí la universidad juega un papel de primer orden–, es el de obtener e interpretar la información pertinente, para cambiar las estructuras sociales, la forma de comportarnos y conducirnos, pero sobre todo, para cambiar nuestra actitud frente a una nueva y compleja sociedad, dirigida y atrapada por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Bibliografía

FAINH0LC, Beatriz.
Lectura crítica en internet.
HomoSapiens. Argentina. 2004.

Egrafía

www.redalyc.org/html/549/54920302/.

<https://es.scribd.com/document/.../Almacenar-clasificar-y-compartir-enlaces-Delicious>.

scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2009000400010.

<https://es.slideshare.net/lina290101/la-evolucion-historica-de-la-informacin-38674284>.

otrapintura.blogspot.com/2007/11/anthony-de-mello-aprender.html.

Sobre la autora:

Docente de la Escuela de
Ciencias de la Comunicación.

Rosa Idalia Aldana

FILOSOFAR

PARA DE CONSTRUIR Y CONSTRUIR COMUNICACIÓN



38

Resumen

El objetivo de este trabajo es entender la relación entre filosofía y comunicación para construir comunicación estratégica desde una perspectiva dialéctica en una sociedad fragmentada y herida por las innumerables desigualdades y multifuncionalidades de las personas a lo individual y colectivo.

Se plantea un análisis filosófico dialéctico aplicado a la comunicación; para de construir la narrativa discursiva del paradigma dominante, a partir de pensar epistemológico dialéctico desde la naturaleza comunicacional y desde la filosofía así como desde el acto mismo de filosofar.

Palabras clave:
filosofía, filosofar,
comunicación, dialéctica,
multifuncionalidad.

Introducción

El autor (Abada, 2006) se refiere a la filosofía como un medio vivo y activo que va más allá del acto meramente intelectual y del acto mismo de pensar, sino más bien va con el fin de transformar y construir verdaderos procesos de comunicación en una sociedad multifuncional y fragmentada en donde las desigualdades de todo tipo están a la orden del día. Por ello *“Es necesario darle vida y que tenga vida bajo la energía misma de la energía colectiva”* (Abad, 2006:37).

Pensar en función del accionar de las sociedades de manera programática apuntándole a una transformación del mundo que no necesariamente es positiva y optimista sino que contiene una pizca de destrucción para construir una sociedad mundialmente libre, (Abad, 2006:13).

Por lo que se debe abordar el tema que aquí ocupa y preocupa que es *¿cómo hacer comunicación en una sociedad multifuncional? ¿Cómo hacer filosofía comunicacional más pragmática y menos teórica? ¿Cómo hacer comunicación en una sociedad inmersa en una realidad construida sujeta a factores históricos, políticos, económicos, culturales y de lucha de clases que bien ha explicado Marx a lo que nos referiremos más adelante.*

La acción de hacer filosofía va más allá de los textos, de los teóricos de los documentos, va más allá de la reflexión y de la contemplación propiamente dicha, hacer filosofía es discutir, es debatir, es ser paradigmáticos, es ser antagónicos, es ser rebeldes, es ser ingeniosos, en ocasiones hacer sinonimias de la individualidad y colectividad humana.

Hacer filosofía es llegar a la intervención social y cultural, es un frente de lucha semiótica, (Abad, 2006:15), es un pensar y repensar que pone, propone, crea, organiza, orienta con justicia, con respeto a las diferencias y a la multifuncionalidad con la finalidad de dignificar en la vida práctica.

El autor del libro Filosofía de la comunicación busca mover

cerebros y espíritus para teorizar, reflexionar con lógica y contra ella para exponer y transgredir ideas que satisfagan necesidades propias y ajenas de mutuo acuerdo, para que filosofar sea más una acción y no un sustantivo estático, fijo e inerte. Esta acción implica también luchar, infierase a una lucha de clases y a una lucha de ideas clásicas y tradicionales (Abad 2006:45) que buscan romper esquemas, romper modelos y viejos paradigmas sobre cómo se hace comunicación en el mundo de hoy.

En el presente ensayo se hará referencia no solamente a la filosofía sino al acto mismo de filosofar, al materialismo dialéctico como fundamento epistemológico, al concepto de comunicación, y al proceso de poder de forma casi atrevida a de construir para construir comunicación.

Filosofía y filosofar

De acuerdo a Platón y Aristóteles, la filosofía nace de la admiración y de la extrañeza; pero mientras que para Platón es el saber, ese saber es afectado al preguntar e investigar porque dentro de esa extrañeza también llega hasta sorprenderse de las contradicciones de las apariencias lo cual hace llegar a la visión de lo que es verdadero, que es el mundo de las ideas y se preocupa más por la esencia de las cosas.

Para Aristóteles, la función de la filosofía es la investigación de las causas de las cosas. Es decir, que para Aristóteles, la filosofía se enfoca en

39

el origen de las cosas, en el conocer por conocer, pero a la vez que la considera como la más elevada de todas las ciencias también la visualiza como la menos práctica de todas las ciencias porque se esfuerza por conocer lo cognoscible por excelencia y es aquí en donde infiere la idea o el conocimiento de Dios que en este ensayo la idea no nos ocupa.

Hacer filosofía y filosofar es como desenredar una cosa compleja para poder afirmarla o negarla con fundamento y con fuerza. La filosofía es más una investigación crítica de la posibilidad de encontrar la verdad mediante la razón, porque se asombra de la cotidianidad y el cuestionamiento es fundamental en esta parte para encontrar la verdad y por ello la filosofía propone metodologías y distintos escenarios que permiten realizar estos análisis críticos que finalmente nos puedan llevar al conocimiento de la verdad.

La filosofía misma da la pauta para hacer filosofía o filosofar porque nos remonta a los orígenes de la humanidad y a todos los fenómenos a ella asociados. Esta ciencia se enfoca en la búsqueda de la sabiduría, del saber, del conocimiento y lo que más me engancha de este concepto es esa actitud interrogativa, actitud contempladora constante y sistemática para aproximarse a una explicación de manera racional a todo lo real o todo aquello que forma parte de esa totalidad de lo real.

40

Filosofar por su parte es más un proceso que aún está en construcción y

comparto con el autor en que a un trabajo como este le falta por saber, por investigar, por indagar, por de construir y construir, porque para construir se debe de construir primero y desaprender para poder aprehender.

En el campo de la comunicación este saber si no se lleva a la praxis es un saber inútil, cadavérico, inerte, estático y pasivo por ello es fundamental hacer uso de la dialéctica para darle vida al acto mismo de pensar y repensar para hacer una filosofía de la comunicación en la praxis lejos de los textos y los teóricos.

La filosofía no es vivir cerrado en los textos, la realidad es muy amplia, cotidiana, compleja y simple a la vez y los intelectuales e investigadores muchas veces evaden esta sustancia de la realidad. El ser humano es paradójico y es multifuncional en el que conviven diferentes realidades y es esto precisamente lo que lo hace más creíble y verdadero.

El autor Abad (2006) también se refiere a una filosofía que no le teme al rigor científico porque no es una visión cuadrada, única e infalible, sino que es refutable y acepta las ideas múltiples desde prismas distintos y variados y destaca la acción de filosofar más allá de la teoría dándole valor a las tertulias entre amigos, vecinos, compañeros en el trabajo o sobremesas con la familia; porque son estas acciones de intervención que se desarrollan en la praxis y no en los libros.

Todos filosofamos en algún momento de nuestra vida, consciente o inconscientemente

filosofamos porque vamos formando una concepción específica del mundo influenciada por el mundo mismo, por una ideología dominante, (Abad, 2006:39).

Ideología e ideas propagadas por los dueños de los medios de producción a los que se refería Marx, a esa clase dominante y a la clase dominada en donde ambos se esfuerzan y utilizan cuanto recurso este a su alcance para perpetuar y afianzar los principios y valores de su clase, por un lado los unos por la lucha a la reivindicación, el respeto, la igualdad y la dignidad y por otro lado los otros por mantener el status quo a costa de la clase trabajadora.

Materialismo dialéctico

Por qué es importante una dialéctica para fundamentar este trabajo? ¿Por qué referirse a los aportes de Marx? ¿Por qué relacionar a la filosofía con la comunicación? Precisamente porque la filosofía y la comunicación son el objeto de análisis que nos ocupa y porque en el trabajo resulta ser el objeto y objetivo de la producción teórica y práctica del quehacer humano.

Para Marx la filosofía no estaba divorciada de la práctica ya que esta surge de la sociedad misma y las actividades que le atañen especialmente a las actividades económicas.

Por lo tanto a la filosofía de Marx se le denominó de la praxis porque surge de una revolución que niega al capitalismo opresor, castrante y evidencia a una burguesía que tiene

**“ES NECESARIO DARLE VIDA Y QUE TENGA
VIDA BAJO LA ENERGÍA MISMA DE LA
ENERGÍA COLECTIVA”**



acceso al ocio, ocio que les permite dedicarse a actividades del pensar, de educación, del disfrute de todos los beneficios obtenidos de la clase trabajadora, por ello fue específico en cuanto a la actividad transformadora y revolucionaria de un nuevo paradigma social.

Como bien lo explica Marx, **la sociedad está polarizada en dos grupos: los dueños de los medios de producción y estos están en una situación ventajosa (háblese de aristocracia y burguesía), y los que únicamente poseen la fuerza de trabajo y la venden en el mercado (proletariado).**

El proletariado no cuenta con el poder adquisitivo de quienes poseen los medios de producción y esto ha ido incrementando y agudizando las brechas de desigualdad, de indignidad y del poder disfrutar de ese ocio al que la clase dominante si lo puede hacer especialmente en cuestiones económicas y esto dio lugar a luchar al principio de manera desorganizada y asilada al verse desplazados por máquinas que ponían en riesgo sus propios puestos de trabajo.

La industrialización, la globalización, la introducción del ferrocarril también vino a mover la economía de las sociedades pero estaba claro que el proletariado sería siempre un empleado que

42

respondería a intereses de los dueños de los medios de producción.

Otro pensador y filósofo que no se puede dejar de mencionar es a Hegel puesto que denominó la dialéctica como el vaivén del ser y de la realidad, la misma no es estática y se mueve de manera constante por medio de luchas gracias a las contradicciones suscitadas en la realidad.

Por lo que la dialéctica puede explicar de algún modo esa revolución comunicacional que las sociedades y los medios de producción generan desde un ángulo más activo y menos pasivo, porque quienes intervienen en todo el proceso son seres racionales y todas sus manifestaciones de pensamiento, de expresión, de ideas y otras vainas son producto del principio de la razón.

En ambos pensadores se ve claramente cómo se desarrolla una teoría de opresión entre los opresores y oprimidos pero se quedaron cortos al no distinguir otras diferencias más allá del proletariado porque este mismo contexto estaba conformado por mujeres, hombres, personas de diferente raza, pensamientos y condiciones por ello hay que referirse a seres multifuncionales.

La opresión que explica Marx es la base para explicar cómo una gran parte de la población ha sido y sigue siendo



oprimida por la sociedad, la política, la economía, la cultura y cómo el poder hacer comunicación puede transformar y construir una nueva realidad de la que todos somos parte.

Una realidad que va más allá de exponerla o evidenciarla como prueba está el escaso acceso a los servicios básicos de salud y educación, el incremento del desempleo, la violencia e inseguridad, la discriminación y exclusión en todos los ámbitos de la cotidianidad del ser humano. Una realidad inmersa en un proceso de intervención consiente e inteligente que pueda abrir espacios de participación para todos los actores y que estos sean los protagonistas de esa realidad modificable por medio de la lucha reivindicadora.

Dialéctica y comunicación

Para hablar de la dialéctica de la comunicación debo partir de la teoría crítica de la escuela de Frankfurt; esta teoría parte de los principios de la filosofía revolucionaria Marxista en la que se comprende que el conocimiento no solo es conceptual sino es praxis en donde el sujeto que contempla la realidad, no solo la contempla, no solo la reflexiona y atesora sino que la construye desde su propia experiencia individual y colectiva para atreverse a salir de las concepciones conceptuales y de la sistematización teórica del conocimiento a una construcción conceptual influenciada por el proceso cambiante y dinámico de la vida social.

Esta escuela de la teoría crítica de Frankfurt hace

referencia a la relación de la economía capitalista y burguesa con la producción de cultura entendida como industria de cultura de masas.

Las masas son controladas por medio de la creación de objetos culturales masivos que pueden ser de distinta índole como el arte, la música, la educación, la comunicación, entre otros, por lo que estos objetos culturales se convierten en una mercancía de objetos culturales vendibles que responden a un modelo de comunicación instrumentalista en el que se pretende perpetuar el poder y el control en una sola dirección (de los arriba a los de abajo / de la burguesía capitalista al proletariado).

Concentrando su accionar metodológico en el conflicto entre las fuerzas productivas y las relaciones de producción.

El autor se refiere a la comunicación como fetiche a la hora de vender cualquier cosa, *“filosofías, Ideologías, epistemologías y mercancías de todo orden”* (Abad, 2006:21) la publicidad resulta ser el instrumento y el medio perfecto para hacerlo. Se presenta una crítica a la filosofía de la comunicación en dos sentidos, en primer lugar en el plano teórico de toda comunicación alienante y en segundo plano una crítica a las ideologías que tienden a contaminar el pensamiento hegemónico y monopólico existente. (Abad, 2006:21 – 23)

Para el autor el proceso dialéctico de la comunicación debe

ser estudiado y abordado desde leyes inter, multi y transdisciplinariamente porque está orientado y dirigido a una cultura de masas compuesta por sujetos heterogéneos y multifuncionales.

Multifuncionalidad humana y social

Las personas funcionan de manera distinta; pensamos diferente, tenemos distintos intereses y potencialidades. El propio cuerpo de hecho funciona cada parte de manera distinta y tiene funciones específicas, la función del hígado nunca será la misma de un pulmón. Las sociedades están compuestas por personas y estas funcionan de manera individual y colectiva de forma diferente.

Para ampliar este punto de manera gráfica quiero referirme por ejemplo a las personas con alguna condición de discapacidad, quien utiliza una silla de ruedas no significa que no camine, sino que camina utilizando una silla de ruedas, una persona de talla pequeña utiliza un banco o cualquier otro objeto que sirva como la extensión de su brazo para alcanzar las cosas, una persona ciega cuando lee o escribe lo hace utilizando un punzón y una regleta, no un lápiz.

Esta frase rompe con los modelos tradicionales y plantea una humanidad corpórea y racional diversa y multifuncional que busca romper viejos paradigmas y destaca el respeto a las diferencias más allá de una simple empatía sino más bien propone una aceptación integral *“normalizadora”*



inclusiva y diferente que dignifica y de alguna manera

equipara oportunidades en un marco de igualdad.

Por un lado el concepto dignidad humana es ambiguo porque está íntimamente relacionado con la propia identidad pero lo que sí es claro es que distingue a lo humano de lo no humano.

Kant consideró la autonomía personal como una característica propiamente humana *“dignidad de un ser racional que no obedece otra ley que aquella que se da sí mismo”*. (MarinCastan 2007:1) El hombre está dotado de inteligencia, de uso de razón eso lo distingue de otros seres vivos y debe analizarse esta categoría desde diferentes enfoques y disciplinas la política, economía, comunicación, filosofía, antropología, derecho, entre otros pero fundamentalmente debe estudiarse desde la categoría jurídica más allá de la filosofía.

Véase el planteamiento de La Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) es que todos sin excepción merecen el disfrute, goce y garantía de los mismos derechos e igual dignidad

43

humana y nadie puede ser privado de sus derechos por el simple hecho de ser distinto a los demás independientemente de su condición.

Teniendo claro este punto es necesario hacer un análisis más allá de los textos, más allá de un planteamiento filosófico ya que en la filosofía como lo plantea Abad, 2006 se hace necesaria una construcción filosófica de la comunicación como ciencia para enriquecer el conocimiento y la libertad ante sus procesos de comunicación y su realidad.

Por otro lado el concepto de igualdad entendida en la práctica como determinada para evitar el beneficio individual o colectivo sobre las necesidades de otros, (Abad, 2006:110). Es decir que se refiere a un conjunto de voluntades libres que se empeña en transformar la realidad con pleno acceso colectivo a la producción y creación de signos, códigos y medios.

También es importante referirse a los estudios antirracistas que destacan la carga semántica negativa que se le atribuye a todo lo diferente e incluso se vincula lo diferente y desconocido con lo inferior o superior y hasta maligno o benigno. Sin embargo, nada tiene de natural y es aquí en donde la comunicación juega un rol vital, como planteamiento estratégico para de construir estos conceptos antinaturales en donde predomina el trato desigual, la exclusión, discriminación y el trato diferenciado.

44

Para explicar esto es necesario abordar

el tema desde un planteamiento dialéctico en el que se puede entender el mundo cambiante, evolutivo y transformador que da origen a un ilimitado modo de hacer comunicación.

Para producir pensamientos y modos de filosofar para una práctica coherente y consecuente en la lucha incansable de las personas a lo individual y colectivo orientadas hacia una liberación cognitiva, emocional, revolucionaria que apunte a una mentalidad nueva y a una comunicación libre y normalizadora para todos en igualdad y dignidad.

Comunicación

La desnudez de la comunicación nos retorna a un plano de reconstrucción dialéctica que equivale a ser visto como parte de los otros sin perder nuestro propio reconocimiento. (Abada, 2006:117)

Comunicación se refiere a una puesta en común como lo establece el término etimológico. Pero esta tarea no es tan simple, es más compleja de lo que se imagina porque en una sociedad fragmentada, cortada, dividida y que se caracteriza por las clases y las innumerables desigualdades en las que unos y otros están en mayor o menor desventaja.

Hay una diversidad de conceptos que explican que es comunicación pero lo que es claro es que es una producción humana concreta

(Abad 2006:108) y funciona en las sociedades como la sangre al cuerpo o la sabia a las plantas pues está en constante movimiento y recorre todo el entramado social; es un proceso entre pares aunque estos no necesariamente sean iguales porque no se refiere a uniformidad en su sentido más estricto ya lo explicamos anteriormente con el concepto de la multifuncionalidad.

La comunicación debe verse como una lucha necesaria de tipo filosófico y político, de tipo literario y también de tipo tecnológico porque no se puede pensar en comunicación en la actualidad sin un repensar en tecnología

Lo que se conoce realmente son grados de la comunicación, desigual y combinada, que se expresan según los grados de desarrollo social (Abad, 2006:113) que se dan muchas veces en luchas internas irreconciliables en donde a nivel semántico, sintáctico y pragmático expresa una comunicación poco confiable.

Por ello es necesario filosofar para construir comunicación en donde se pueda reconocer tres factores importantes: **el ser, la verdad y el bien**. Entendido el ser como un ser racional que piensa, que tiene el poder de entender, reflexionar, interpretar y organizar para darle sentido a las cosas; la verdad como el conocimiento de las cosas y el bien como el resultado de una tendencia de la comunicación, porque en efecto lo que marca la comunicación son tendencias (Abad, 2006:112) porque ningún emisor envía un mensaje a un receptor sin una intención

comunicativa en el mensaje ya sea planificada o no, consiente o no.

La tendencia marca modas, marca gustos musicales, marca también uso de ciertos modismos o imitación de ciertas jergas para comunicarse, entre otros.

Finalmente, siendo la comunicación una actividad material, práctica, viva y social resulta ser también una actividad transformadora de la sociedad y del ser humano de forma revolucionaria y combativa para las minorías es un reto y una oportunidad emergente y urgente.

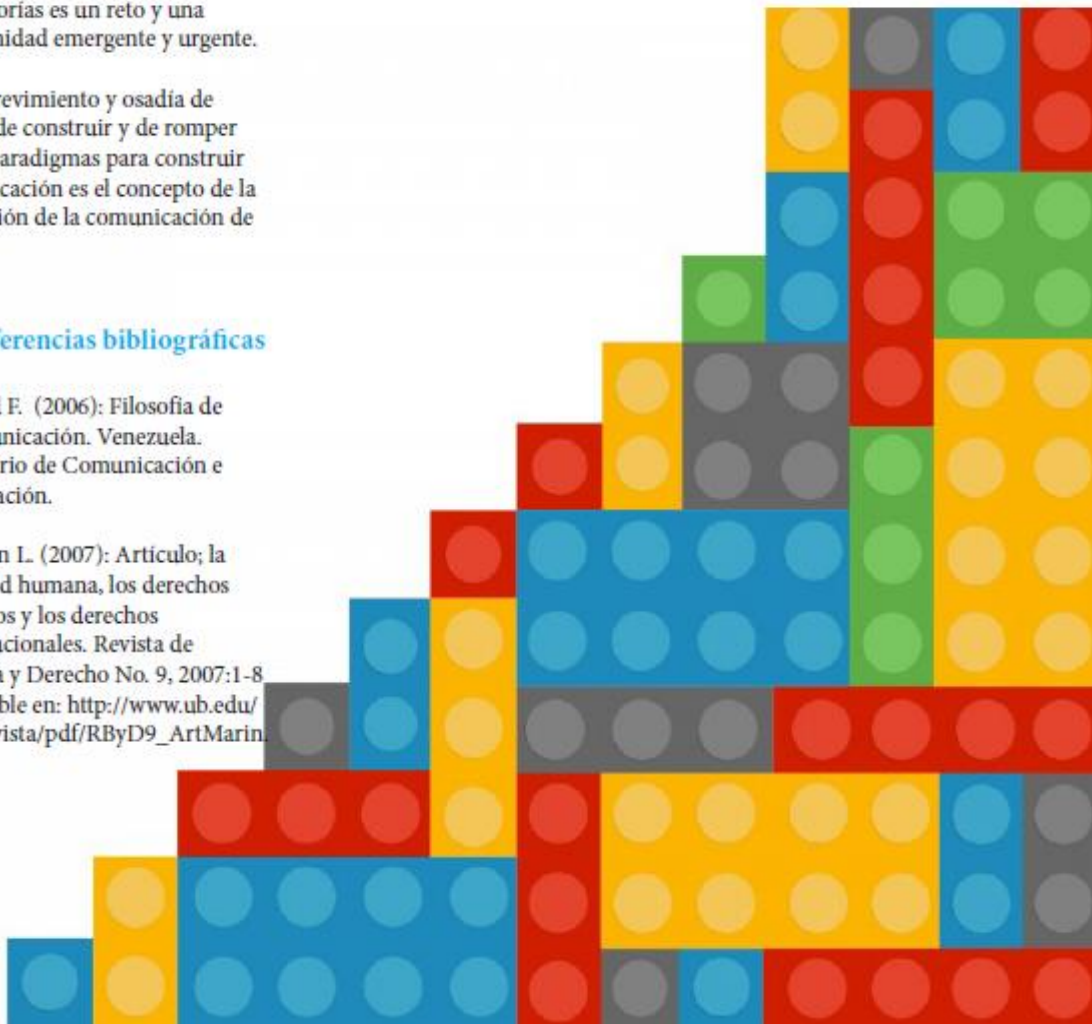
El atrevimiento y osadía de poder de construir y de romper viejos paradigmas para construir comunicación es el concepto de la revolución de la comunicación de hoy.

Referencias bibliográficas

Abad F. (2006): Filosofía de la comunicación. Venezuela. Ministerio de Comunicación e Información.

Marín L. (2007): Artículo; la dignidad humana, los derechos humanos y los derechos constitucionales. Revista de Bioética y Derecho No. 9, 2007:1-8 disponible en: http://www.ub.edu/fildt/revista/pdf/RByD9_ArtMarin.pdf

"EL SER, LA VERDAD Y EL BIEN..."



Jairo Alarcón Rodas

LA ANGUSTIA DE EXISTIR

Más sobre el autor:

Licenciado en filosofía, graduado de la Facultad de Humanidades.

Es columnista del diario de Centroamérica y La Hora.

Además, es docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC- en la Universidad de San Carlos de Guatemala, -USAC-



Estar en el mundo y ser conscientes de ello es motivo suficiente para preguntarse, ¿qué sentido tiene la existencia y cuál es el propósito de la vida? Ser parte de la realidad no representa necesariamente conocerla, muchos pasan por la vida, actúan en el mundo sin saber lo que es y sin enterarse del significado de las cosas. Sin embargo, las angustias existenciales aquejan a todos por igual aunque el origen de tales aflicciones sea distinto.

La vida permite la existencia a los seres animados y entre estos a las personas. Ese paso de lo inorgánico a lo orgánico que, después de miles de millones de años de evolución y de ensayo y error en los seres humanos constituyó algo más. El desarrollo de su intelecto, su condición de no especializado y el convertirse en el animal simbólico, los denominó, **materia altamente organizada**. En este ser, tuvo relevante significado su razón y desde luego su condición social.

El ser humano existe porque está vivo y no como en el **cogito ergo sum –pienso luego soy-** de Descartes, lo sugiere en el que, buscando una verdad incuestionable, el filósofo francés encontró que **si se piensa se es**; pero, en igual forma, también se puede admitir que del pensamiento surge el ser, la existencia. Todo este juego de palabras se esclarece cuando se acepta que si se piensa, necesariamente se debe existir. Pero no se existe porque se piensa. Ante todo se tiene que considerar que el pensar es una cualidad de un ser

viviente, en este caso de los seres humanos. Estar vivo concede una presencia y con esta, la existencia.

Existir es situarse en el mundo e interactuar con él. Es proyectarse hacia el futuro dentro de un horizonte, en una ruta, camino, circunstancia en la que las experiencias estimulan el accionar y constituyen en parte, lo que se es.

Tal proyección al futuro, con cada hábito de vida se convierte en presente y de inmediato en pasado. Para hombres y mujeres existir es ausencia de muerte pero a la vez, es la muerte encarnada en la vida. La existencia de los seres humanos trae a cuentas a sus sepultureros. Así, poner en marcha el reloj de la vida es también activar el de la muerte.

La angustia existencial

¿**Q**ué es la existencia humana? Kierkegaard habla de ella como un ir y venir de posibilidades que al ser satisfechas o resueltas, dan paso al dolor o a la alegría y mientras no lo son y a la angustia e incertidumbre de ser o no ser. Esa oscilación entre lo uno y lo otro, que tiene por origen a la posibilidad, se convierte en una angustia mayor al darse cuenta de la cercanía de la muerte. La muerte, dice Heidegger, **es la única posibilidad del ser existente**. Solo el que está vivo, tiene segura su muerte.

Dado que la muerte es el fin de la vida, con ésta, las posibilidades se terminan y consecuentemente, también las oportunidades para la angustia, la alegría y el dolor. Pensar en la muerte estando vivos,

es caer en una contradicción racional, diría Epicuro. Ya que si la muerte es ausencia de sentir y la vida es poder hacerlo, **¿por qué motivo temer a la muerte, si cuando existimos no está presente y cuando está presente ya no existimos y, por tanto, no la sentimos?**

No obstante, el deseo de morir es posible cuando hay insatisfacción con la propia existencia. Enfermedades, frustraciones, desengaños pueden ser la causa. De ahí que no es la cercanía con la muerte la que desespera a los seres humanos; es, en palabras de Sören Kierkegaard, el no querer ser uno mismo o querer serlo y que las circunstancias lo impidan. Así, sentirse bien con lo que se es pero no poderse proyectar de esa forma a los demás, ni sentirse valorado como se cree que debiera ser.

Y por otra parte no estar conforme con lo que se es y no tener la posibilidad de lograr lo que se desea ser, son las dos fuentes de la desesperación.

La angustia de Rodión Románovich Raskólnikov por ejemplo, en la novela de Fedor Dostoievski, **Crimen y castigo**, al asesinar a la anciana prestamista y a su hermana Isabel, sólo fue posible al percatarse que no era un hombre extraordinario al cual su condición le permitía tal acto.

El crimen lleva a su protagonista a un recorrido desde la premeditación del acto, su justificación, hasta la aceptación de que las muertes de las ancianas fueron inútiles y por lo tanto su entrega a la policía

47

era inevitable. Creerse superior y en consecuencia situarse más allá del bien y el mal y luego aceptarse como lo que se es, un simple mortal, deja un vacío existencial que causa desesperación en Raskólnikov. Sentirse lo que no se es y cometer un crimen o realizar un acto que no corresponde a lo que se es y darse cuenta de ello es el origen de la desesperación.

Sartre señala que la angustia se hace patente en los seres humanos a partir de su libertad, es en el poder elegir donde dice el filósofo francés que cada hombre deberá buscarse un fin propio, válido solamente para él y para realizar su proyecto particular, que tiene un valor meramente subjetivo. Así, la libertad de elegir es angustia de lo que pueda ocurrir.

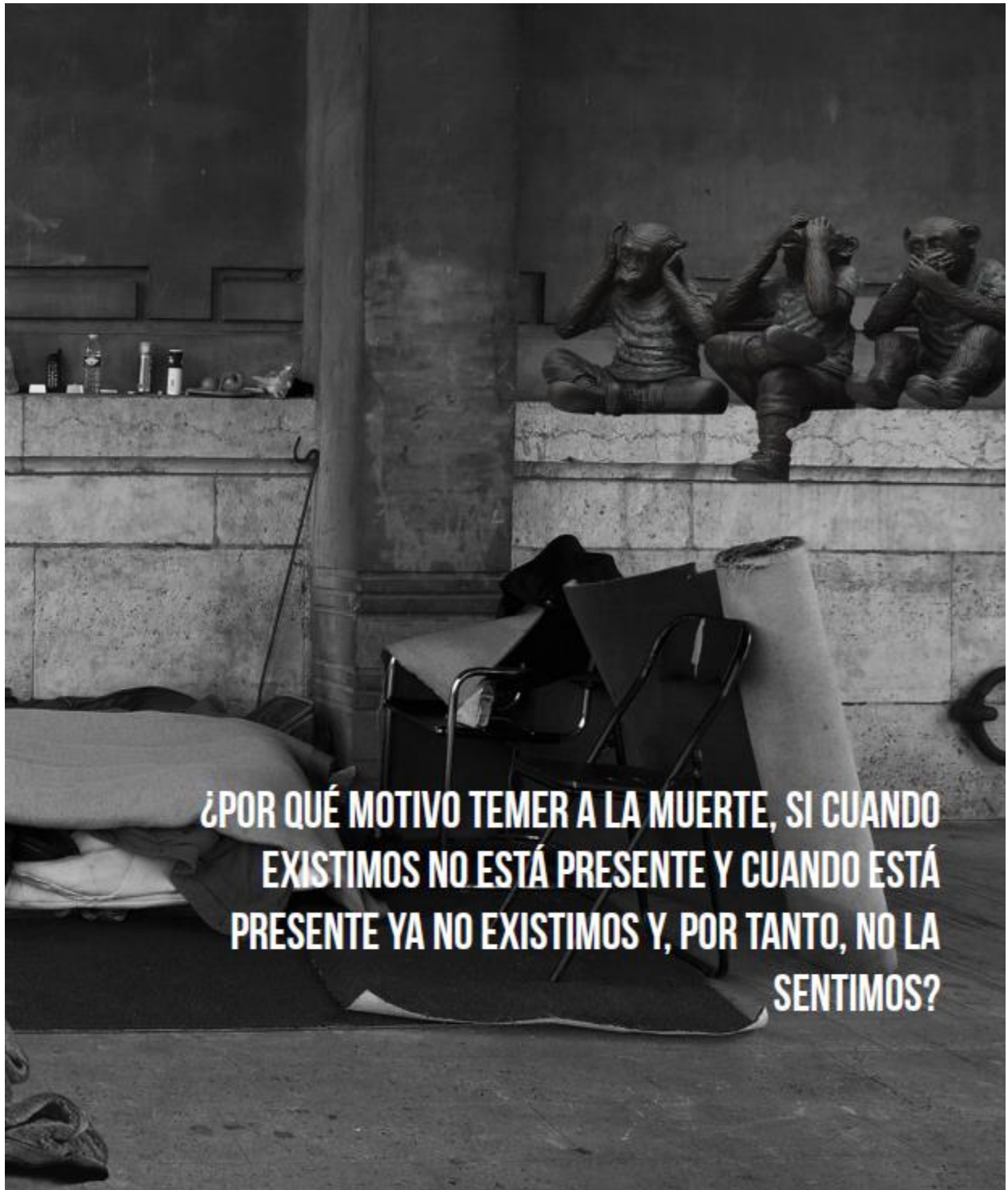
El ser humano empieza por no ser nada, es en la existencia donde se define. Las personas no son otra cosa que lo que ellos se hagan. **Es necesario que el ser humano se encuentre a sí mismo y se convenza de que nada pueda salvarlo de sí mismo.** Sin embargo, hay individuos para los que la libertad les es ajena y es la circunstancia en la que viven, la que le provoca angustia y desesperación. Ser libre es saberse libre y hacer un uso racional de eso.

Las circunstancias y las inquietudes humanas

La vida está colmada de sorpresas, muchas de ellas gratificantes otras, por el contrario, asfixiantes. Pensar que lo alcanzado es producto de lo

48





**¿POR QUÉ MOTIVO TEMER A LA MUERTE, SI CUANDO
EXISTIMOS NO ESTÁ PRESENTE Y CUANDO ESTÁ
PRESENTE YA NO EXISTIMOS Y, POR TANTO, NO LA
SENTIMOS?**

merecido y que el destino es el resultado de lo que se es, resulta ser un fatalismo angustiante. Sin embargo, el sólo hecho de revisar la historia, muestra a tantos seres que marcados por el infortunio, han tenido una existencia miserable. La desdicha de millones de personas en el mundo alerta sobre que algo anda mal. Siendo la desdicha, condición reiterada de la decadente permanencia en el planeta.

Es sorprendente pensar que las manifestaciones humanas son producto de un determinismo existencial. Más aún, que lo acaecido a lo largo de tantos años sea consecuencia de misterioso y desconocido sortilegio. Y en consecuencia, lo vivido se manifieste en un escenario donde confluyen seres transmigrados, cuya expresión de vileza sea el resultado de una existencia aún más despreciable. Interpretaciones que se realizan a tales hechos, son muchas y van desde respuestas mítico-religiosas, hasta elucidaciones filosóficas donde la metáfora no está ausente. Explicaciones simples o complejas que para unos son suficientes y para otros, poco convincentes.

Reflexionando sobre pasajes oscuros de la condición humana, quizás arroje respuestas a lo que en la actualidad es y quizás, lo que deberían ser. Así, hombres y mujeres se pervierten y son tantos los horrores cometidos que la pregunta que surge es, ¿no será la especie humana dentro de poco, un intento fallido de la evolución? Por otra parte, ¿Será **50** que se nace perverso, o se convierte o se tiene inclinación a ello? Apartando cualquier

respuesta religiosa, es importante destacar que, únicamente en casos patológicos, se tienen tendencias al mal. El ser humano es lo que se le enseña a ser. Es decir, es el resultado de lo que aprende y se le enseña dentro de un contexto determinado.

De ahí que en condiciones adversas, cuando no hay oportunidades para la realización se potencializan las frustraciones y con ello, las acciones violentas aparecen con mayor vigor.

Las circunstancias muchas veces hacen resistencia a los deseos e inquietudes humanas. Por lo tanto, el destino de las personas depende del espacio y tiempo en el que se les ubique. Es decir, de las contradicciones internas y externas que de allí surjan y la superación de las resistencias que puedan lograrse. Pudiendo ser biológicos y sociales esos antagonismos, toda catástrofe está en función de la vulnerabilidad y riesgo en que se encuentren las personas. De ahí que a mayor riesgo y vulnerabilidad, mayor caos pueda ocurrir.

La miseria, la angustia existencial y su superación

Es por ello que si se transforman las condiciones de inequidad, adversidad y explotación, la posibilidad de lograr el desarrollo integral de las personas aumenta ostensiblemente. El futuro de la gente está íntimamente relacionado con las condiciones materiales en que éstas se encuentren, con los recursos con los que cuenten y las potencialidades que tengan para sortear situaciones adversas.

Países donde el hambre, la enfermedad y muerte hacen presa de la niñez, es porque la avaricia de hombres y mujeres ha creado la condición de miseria. Y con ello que exista una brecha insalvable entre los que lo tienen todo y los que viven en la más cruel pobreza. Lo cual deriva en la división de países del primer, segundo, tercer y cuarto mundo.

Los excesos determinan que unos cuantos se sacien con comidas exóticas, de precios exorbitantes, que se vistan estrafalariamente, que sus gastos sean irracionales, mientras que pueblos enteros sufren desnutrición, desdicha y muerte.

Según Informes de Desarrollo Humano de Naciones Unidas Se estima que un **20 por ciento de la población mundial, el equivalente a 1, 320 millones personas, concentra en sus manos el 82 por ciento de la riqueza en el mundo. Mientras, los más pobres, unos mil millones de personas, sobreviven con apenas el 1,4 por ciento de la riqueza mundial.**

De ellos, la mayor parte se concentra en no más de diez países. Por otra parte, **las tres personas más ricas en el mundo tienen más riqueza que el producto Bruto combinado de los 48 países más pobres. 1.500 millones de personas, de 91 países en desarrollo, viven en situación de pobreza multidimensional, con**

carencias concurrentes en salud, educación y nivel de vida.

El capitalismo y su afán de crear necesidades, ha determinado que trabajadores dentro del modelaje, el deporte, del cine y la televisión, cantantes en fin, personajes destinados a la distracción, a la farándula, sean los mejor pagados. Lo importante es adormecer conciencias, crear distractores, circo. Mientras que obreros, campesinos, intelectuales e incluso científicos son pagados con modestos e incluso míseros salarios.

De tal forma que empresarios, industriales, herederos de emporios, personas que acumulan grandes fortunas crean un abismo insalvable entre los que derrochan el dinero y los que mueren de desnutrición y hambre porque les hace falta alimento para sobrevivir.

El lucro pervierte el sentimiento de solidaridad en todos los ámbitos del accionar humano, fomentando egoísmo y consecuentemente la enajenación de las personas, aniquila el sentimiento de cooperativismo latente en la especie humana. Por ejemplo es común en muchas sociedades que la salud constituya un privilegio, potestad de aquellos que cuentan con los recursos económicos para curarse. Consecuentemente la mortandad hace presa de los más vulnerables, traducándose esto en pavorosos indicadores de mortalidad.

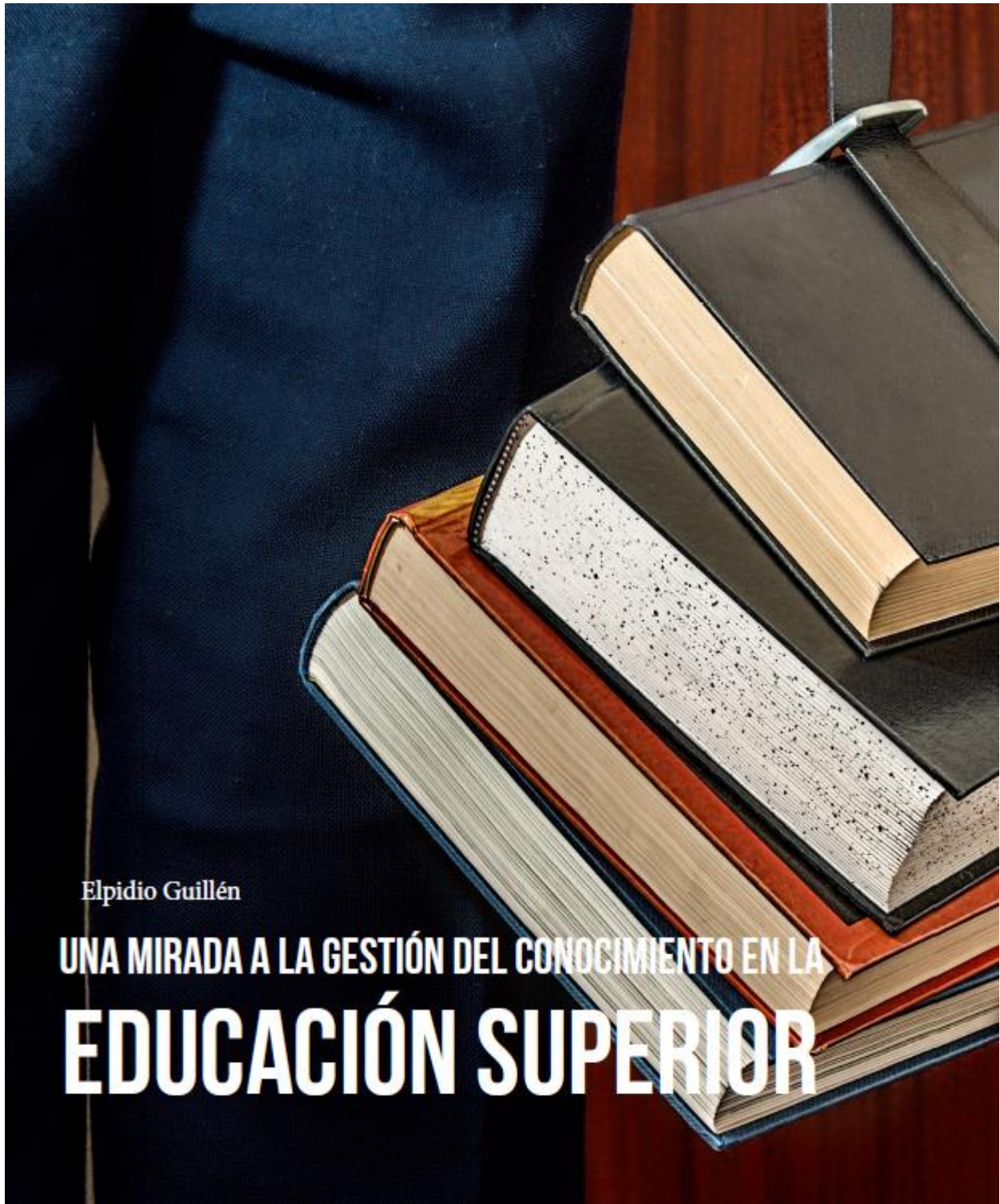
La finalidad dentro del capitalismo salvaje es generar más riqueza pero ésta queda concentrada en pocas manos. Es más, al hacerla, no importa que se

explote, se corrompa, se contamine y destruya el medio ambiente. Dicen los neoliberales que sólo el capitalismo produce riqueza y que es la iniciativa privada la única que puede sacar del subdesarrollo a los pueblos. Convenientemente se olvidan estos de decir que el capitalismo, a través de la libre empresa, ha conducido a miles de millones de habitantes de este planeta a la miseria.

El generar riqueza, no determina por sí misma que ésta se distribuya equitativamente en la población. El mundo está en crisis y ello se refleja en las actitudes de hombres y mujeres y desde luego, en su condición existencial. Las cosas andan mal en el mundo y es cuestión del sistema de valores que dentro del capitalismo se están fraguando, originando las manifestaciones de egoísmo y perversión de mucha gente y desde luego de los gobernantes.

Pese a ello, el poder elegir debe prevalecer en el ser humano y con ello la capacidad de cambiar el actual estado de cosas. Sin la libertad de hacerlo, eso sería imposible. Sólo aquel sujeto crítico y reflexivo, que se yergue libre de ataduras dogmáticas puede elegir correctamente lo que es beneficioso para él y la sociedad asumiendo con ello, el carácter existencial de ser humano.





Elpidio Guillén

UNA MIRADA A LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA
EDUCACIÓN SUPERIOR

Una mirada a la gestión del conocimiento en la educación superior: ¿qué hacer para cambiar al ritmo que la realidad lo demanda?

El conocimiento no puede ser una copia, ya que siempre es una relación entre sujeto y objeto.

Jean Piaget

Resumen

Las universidades y las organizaciones de todo tipo son entes dinámicos que deben adaptarse a los cambios para no desaparecer. Para que una organización, de cualquier naturaleza, sobreviva, debe responder a los cambios políticos, sociales, culturales y tecnológicos del entorno.

La necesidad de cambiar para lograr la adaptación y por tanto la sobrevivencia, se vuelve más urgente en contextos globalizados, de tal forma que el cambio ya no es una opción, sino una necesidad. Actualmente la disyuntiva no está en cambiar o no, sino en qué hacer para cambiar al ritmo que la realidad lo demanda.

De lo anterior se puede inferir entonces, que a la acción real del profesor dentro del aula y fuera de ella, subyacen concepciones pedagógicas, cuya identificación llevaría a la comprensión de los elementos que las conforman y penetran en la esencia misma del discurso didáctico.

Hoy se insiste que el escenario de la Sociedad de la Información ha modificado la metodología educativa y ha situado al conocimiento como un capital que en tiempos venideros pueda reemplazar al capital financiero. Situación que está provocando cambios profundos en todos los órdenes del saber y paulatinamente va avanzando hacia una creciente demanda de nuevos modelos y recursos educativos en la educación superior.

El apareamiento de la Sociedad de la Información plantea un nuevo modelo pedagógico, económico y social a nivel mundial, en dicho modelo el principal activo o capital que poseen los seres humanos, los países, las organizaciones a todo nivel (empresariales, educativas y culturales, etc.) es el conocimiento.

En tal virtud, la gestión del conocimiento es una herramienta teórica de gran valor que intenta dar respuesta a ese reto, ajustando los componentes en los cuales se perfecciona u optimiza el manejo de la información y el conocimiento al interior de las organizaciones, en este caso, educativas.

Palabras clave:
gestión del conocimiento.
Educación superior. Sociedad de la información

Para explicar el significado de Gestión del Conocimiento (GC) tema que resulta fundamental para el presente ensayo, es necesario, conocer los elementos que lo conforman.

La expresión gestión del conocimiento, en términos generales debe entenderse como el proceso de obtener, distribuir y utilizar una variedad de recursos que son esenciales para apoyar el logro de los objetivos de una organización.

Se considera gestión a un proceso, a una serie de acciones y actividades que se diseñan con el propósito de conseguir un resultado específico y, como conocimiento, un producto de la capacidad humana que se mantiene en constante evolución y cuya transmisión se produce mediante un complicado proceso de aprendizaje que puede hacerse en forma natural o intencional¹.

Debido a su complejidad la GC es un escenario en el que confluyen, se mezclan y contemplan algunos elementos como:

1. La experiencia, entendida como estrategia mediante la cual el sujeto propone una serie de alternativas en procesos de aprendizaje y difusión de conocimientos con las cuales es posible afectar una comunidad.

2. Los valores o principios ideológicos que rigen una sociedad, grupo o individuo,

¹ La teoría de GC surge del propósito de satisfacer ciertas necesidades y se concreta en la realización de determinadas tareas por medio de actividades que involucran actores y recursos (Davenport, 2001)

53

asi como aquella información o mensajes que le permiten a la persona realizar unaabstracción de la realidad en un momento determinado para la construcción de nuevos conocimientos y,

3. Las formas de procesamiento interno de los aspectos que, producto de la actividad externa, son ejecutados por el individuo.

El conocimiento

El conocimiento es un tema que ha preocupado al hombre, ya que al explicárselo se entiende a sí mismo y el entorno que lo rodea. Incluso es factible afirmar que el interés por abordar el tema del conocimiento fue causa del origen de la filosofía. De tal manera que la reflexión sobre el conocimiento se trataba de un contenido que sólo se abordaba dentro de los límites y bajo los parámetros de la filosofía.

En la actualidad el tránsito de una economía industrial a una economía informacional ha situado al conocimiento en el centro de la nueva economía. Hoy más que en otras épocas el conocimiento y la capacidad reflexiva del hombre son los principales activos con los cuales los individuos, las universidades, las organizaciones deben contar para enfrentar estos nuevos desafíos.

Visto así, el conocimiento es el insumo básico que permite que las instituciones y las

universidades puedan conservarse en un proceso de innovación constante para mejorar sus productos, proyectos, procesos y servicios.

Este recurso se encuentra alojado en los miembros de toda organización y en la medida que éstas tengan las herramientas y la capacidad para gestionarlo correctamente, podrán disponer de una gran ventaja competitiva en la nueva economía.

Definiciones de gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento es un área relativamente nueva, y debido a ello se pueden encontrar variedad de definiciones y estudios desde diferentes perspectivas; sin embargo, los estudios concuerdan (Davenport y Prusak 2001, Cornella 2002) en que es fundamental para la organización estar consciente de lo importante que es gestionar el conocimiento para obtener ventajas competitivas.

Las instituciones, al igual que los individuos, compiten sobre las bases de su habilidad para crear y utilizar el conocimiento; por lo cual, gestionar el conocimiento es tan importante como administrar las finanzas.

De lo anterior se desprende que la gestión del conocimiento es una disciplina que tiene como objetivo generar, compartir y utilizar el conocimiento tácito y explícito existente en una institución, para dar respuestas a las necesidades de los individuos y al desarrollo de las comunidades e instituciones.

Según Pavés, la gestión del conocimiento *“es el proceso sistémico de detectar, seleccionar, organizar, filtrar, presentar y usar la información por parte de los participantes de la organización, con el objetivo de explorar cooperativamente los recursos de conocimiento basados en el capital intelectual propio de las organizaciones, orientados a potenciar las competencias organizacionales y la generación de valor”* (2002:21)

Otra forma de entender la gestión del conocimiento en cualquier organización alude a la idea de proceso en el cual interviene la planificación y el seguimiento de una estrategia de creación, construcción, adquisición, asimilación, transformación, socialización, divulgación, clasificación, conservación y expresión del conocimiento en tangibles e intangibles.

En este sentido, para Greve (2003) la gestión del conocimiento involucra dos aspectos relevantes: por una parte la idea de gestión indica de algún modo, la organización, planificación, dirección y el control de procesos para conformar o disponer de ciertos objetivos; mientras que por otra, al hablar de conocimiento se pone de manifiesto que una organización, como cualquier ser humano, está sometida a una dinámica en la que, tanto del interior como del exterior, capta o percibe información, la reconoce, organiza, almacena, analiza, evalúa y emite una respuesta

al exterior basada en dicha información y englobada en el total de información almacenada procurando un resultado.

Datos información y conocimiento

En este ensayo se utilizan conceptos y definiciones fundamentales tales como: datos, información y conocimiento, los cuales resultan relevantes para la comprensión de la temática central.

El dato es la unidad más pequeña que se puede encontrar dentro del concepto de conocimiento. Davenport y Prusak, expresan que los datos son un conjunto de hechos discretos y objetivos sobre diversos acontecimientos, agregan estos autores que registrar los datos no es aleatorio, se trata de un proceso en el cual influyen varios factores como el medio, los conocimientos, necesidades, etc., de los individuos.

En ese mismo orden de ideas se puede señalar que la información se construye de datos, los cuales se ordenan y priorizan con un propósito. El término información se puede entender de dos maneras: una es el concepto interpretativo de los datos: los datos se convierten en información cuando los procesamos o cuando atraviesan nuestro sistema nervioso; otra es una definición común, general, de la información como un tipo de mercancía que las personas obtienen entre sí a medida que preguntan y se responden interrogantes, hablan, dan informes, leen instrucciones, recuerdan acontecimientos pasados y comparten secretos.

Drucker al respecto señala que la *“información son datos dotados de relevancia y finalidad. En tal sentido, para transformar datos en información hace falta conocimiento”* (2000:05)

De la información al conocimiento

Antes de nada, debemos comprender en qué se diferencia el conocimiento de los datos y de la información. En una conversación informal, los tres términos suelen utilizarse indistintamente y esto puede llevar a una interpretación libre del concepto de conocimiento.

Quizás la forma más sencilla de diferenciar los términos sea pensar que los datos están localizados en el mundo y el conocimiento está localizado en agentes de cualquier tipo, mientras que la información adopta un papel mediador entre ambos. Un agente no equivale a un ser humano. Podría tratarse de un animal, una máquina o una organización constituida por otros agentes a su vez.

Diferencia entre dato, información y conocimiento

Un dato es un conjunto discreto de factores objetivos sobre un hecho real. Dentro de un contexto empresarial el concepto de dato es definido como un registro de transacciones. Un dato no dice nada sobre el porqué de las cosas, y por sí mismo tiene poca o ninguna relevancia o propósito.

Los datos son elementos base de la pirámide del conocimiento.

La información es descrita como un mensaje, normalmente bajo la forma de un documento o algún tipo de comunicación audible o visible. Según Davenport y Prusak (2001) Las organizaciones actuales normalmente almacenan datos mediante el uso de tecnologías.

Desde un punto de vista cuantitativo, las empresas evalúan la gestión de los datos en términos de coste, velocidad y capacidad.

Todas las organizaciones necesitan datos y algunos sectores son totalmente dependientes de ellos. Bancos, compañías de seguros, agencias gubernamentales y la seguridad social son ejemplos obvios. En este tipo de organizaciones la buena gestión de los datos es esencial para su funcionamiento, ya que operan con millones de transacciones diarias. Pero en general, para la mayoría de las empresas tener muchos datos no siempre es bueno. Las organizaciones almacenan datos sin sentido.

Realmente esta actitud no tiene sentido por dos razones: La primera es que demasiados datos hacen más complicado identificar aquellos que son relevantes; la segunda, y todavía más importante, es que los datos no tienen significado en sí mismos.

Los datos describen únicamente una parte de lo que pasa en la realidad y no proporcionan juicios de valor o interpretaciones, y por lo tanto no son orientativos para la acción. La toma de decisiones se basará en datos, pero estos nunca dirán qué hacer.

55

Los datos no dicen acerca de lo que es importante o no. A pesar de todo, los datos son importantes para las organizaciones, ya que son la base para la creación de información.

Como han hecho muchos investigadores que han estudiado el concepto de información, se describirá como un mensaje, normalmente bajo la forma de un documento o algún tipo de comunicación audible o visible. Como cualquier mensaje, tiene un emisor y un receptor. La información es capaz de cambiar la forma en que el receptor percibe algo, es capaz de impactar sobre sus juicios de valor y comportamientos. Tiene que informar; son datos que marcan la diferencia. (Davenport y Prusak 2001)

La palabra informar significa originalmente dar forma a y la información es capaz de formar a la persona que la consigue, proporcionando ciertas diferencias en su interior o exterior. Por lo tanto, estrictamente hablando, es el receptor, y no el emisor, el que decide si el mensaje que ha recibido es realmente información; es decir, si realmente le informa. Un informe lleno de tablas inconexas, puede ser considerado información por el que lo escribe, pero a su vez puede ser juzgado como ruido por el que lo recibe.

El término información alude a cualquier expresión verbal, numérica, gráfica o de otro tipo que posee un significado determinado dentro de un contexto concreto

56

(datos), y cuyo último objetivo es comunicar algo. Al conjunto de datos organizados

y analizados en un contexto determinado, le denominamos información.

Conviene reiterar que *“información es interpretación de datos” y que conocimiento es “información en acción”*, Gil (2001) Por su parte, Von Tunzelman citado por Salinas (2004), define información como *“el flujo de mensajes”* y conocimiento como *“el resultado creativo del flujo de mensajes que se anclan en los compromisos y creencias de los sujetos que los sustentan”* (1998:45) Nótese que en ambos casos la información es sustento del conocimiento.

De esta manera las organizaciones humanas, para poder brindar servicios y elaborar productos construyen conocimientos (aprenden) para lograr dar atención adecuada a sus usuarios. Por ello, desde un enfoque sistémico, en el cual la organización es vista como un todo, se habla de aprendizaje organizacional.

Teorías del conocimiento

El conocimiento es de gran valor para las organizaciones al ser este el elemento más significativo en la creación de activos intangibles en las organizaciones. Esto ha llevado a que las escuelas de negocios otorguen una creciente atención a la gestión del conocimiento, al ser este el proceso permanente, mediante el cual se crean, gestionan, sistematizan y distribuyen los conocimientos



entre los miembros de la organización; materializándolos en productos, servicios, sistemas y procesos, con el fin de general valor para la organización.

Dentro de la corriente, se han desarrollado distintas líneas de trabajo, de las cuales resulta importante destacar dos: la primera proveniente de las escuelas de negocios de Estado Unidos. La segunda es de origen oriental, específicamente de Japón.

Si bien estas dos escuelas comparten en gran medida una visión común acerca del rol del conocimiento en el ambiente empresarial, existen diferencias muy profundas acerca de la forma en que se concibe la organización y el conocimiento, y por ende la relación entre ambos.

Teoría procedente de occidente

En occidente, existe una larga tradición que ha buscado esclarecer que es el conocimiento. Esta inquietud se remonta al periodo de los filósofos griegos clásicos los cuales ya en aquel entonces buscaron comprender el origen, esencia y el proceso del conocimiento, de dónde surgía y dónde se almacenaba.

A partir de la filosofía se crea la epistemología como disciplina perteneciente a la filosofía, la cual se aboca al estudio de los conocimientos. Es durante este periodo que se crean las dos corrientes filosóficas básicas en torno al tema del conocimiento el racionalismo y el empirismo. (González, 2003, Pavés 2001, Cornella 2002)

Los seguidores del racionalismo consideraban que el conocimiento verdadero no es fruto de la experiencia sensorial del sujeto, sino de su proceso reflexivo. Esta concepción filosófica considera que la realidad tiene un principio inteligible, es decir que es alcanzable mediante la reflexión. De acuerdo con esta corriente, existe un cuerpo de conocimientos a priori que no requiere ser contratado con la experiencia sensorial. (Greve, 1993, Pavés 2002)

El primer filósofo de corte racional fue Platón, y en su Alegoría de la Caverna expone que la experiencia sensorial sólo permitía acceder al reflejo del mundo perfecto de las ideas, el cual existe de forma precedente a la realidad.

De esta forma, al estudiar la naturaleza solamente se está contactando con la sombra de la fuente primaria de la existencia, a la cual sólo se puede acceder a través de la reflexión constante. Las ideas de Platón fueron reunidas por Descartes, el cual afirmó que el “yo pensante” es independiente del cuerpo o materia y que las verdades postremas sólo pueden ser esclarecidas a través de un yo pensante (mente) y no a través de los sentidos.

Teoría oriental

Las teorías que explican que el conocimiento es el principal activo para el mundo empresarial, en buena parte son producto de la visión oriental. En esa dirección, resultan importantes los aportes que han realizado Nonaka y Takeuchi (1999) quienes desarrollan un

modelo dinámico de gestión del conocimiento en la organización. Según ellos, el modelo debe contemplar las siguientes fases:

extensión del conocimiento tácito, creación de conceptos, justificación de la calidad de los conceptos, construcción de un arquetipo y conocimiento en niveles cruzados.

Las cinco fases según se pudo entender, se reproducen dentro de un proceso circular que no finaliza nunca y que puede observarse favorecido por cinco condiciones organizativas que facilitan un contexto idóneo, para las actividades que desarrollan los individuos, los grupos y por extensión, toda la organización.

A través de estos cinco elementos los líderes de la organización pueden identificar elementos tales como la autonomía, la redundancia, el caos creativo, los elementos informales y los formales de la organización para iniciar el proceso de cambio o de mejorar el actual.

Teoría de la Espiral del Conocimiento

La gestión del conocimiento tiene un punto clave de análisis: la Espiral del Conocimiento.

“La espiral es una técnica que consiste en iniciar un conocimiento de una forma y finalizar de otra más completa, a veces abstracta y especializada”
(Orozco: 2001)

57

"EL CONOCIMIENTO NO PUEDE SER UNA COPIA, YA QUE SIEMPRE ES UNA RELACIÓN ENTRE SUJETO Y OBJETO"

Jean Piaget



Para pasar del conocimiento individual al organizacional (es decir, de un grupo organizado que comparte un objetivo común) necesitan planificar y organizar su conocimiento. Los componentes de la espiral del conocimiento según Gutiérrez Vargas (2005) y García Hernández (1994), son:

Sociabilización:

- Compartir el conocimiento tácito a través de una comunicación cara a cara o de la experiencia compartida. Un ejemplo es el aprendizaje organizativo.

Externalización:

- Desarrollando conceptos que encajan con el conocimiento tácito combinado y que permiten su comunicación ordenada dentro de los miembros de una organización que puede ser empresarial, educativa o comunitaria.

Combinación:

- Este momento es clave en la espiral, se trata de combinar elementos exógenos y endógenos para obtener niveles de conocimiento explícito: la construcción de un prototipo para identificar a una organización es ejemplo de ello.

Internalización:

- En este proceso es cuando se reúnen los elementos inherentes al conocimiento y se les liga al aprendizaje en acción, el conocimiento explícito se convierte en parte de la base del conocimiento individual.

Los modelos mentales para comprender las creencias, las actitudes y el proceder de las

personas en la organización sirven para ejemplificar ese aspecto o momento de la espiral.

Las cuatro formas básicas de creación de conocimientos en la de la espiral son las siguientes:

Tácito a Tácito:

Este proceso se basa en la observación y en la tradición ¿Cómo aprende un alumno de su maestro? Observando, imitando y practicando. Es una transferencia limitada, sin una percepción sistemática y formal.

Explícito a Explícito:

Cómo redactar un informe basado en indagaciones diferentes? Combinando partes separadas de conocimiento explícito para establecer un nuevo conocimiento. No amplía sustancialmente el conocimiento existente en la organización.

Tácito a Explícito:

Cuando un alumno expresa formalmente los fundamentos de sus conocimientos tácitos, convirtiéndolos en explícitos y haciéndose compartibles.

Explícito a Tácito:

Un nuevo conocimiento explícito se extiende y es interiorizado por los empleados de la organización, ampliando, extendiendo

y modificando su propio conocimiento. Adquisición; fusión, adaptación de recursos redes de conocimiento.

Al respecto Gutiérrez y García (1999) expresan que las características del conocimiento adquirido a través de los individuos que integran una empresa se organiza en una doble vía: el adquirido por una organización y el desarrollado en ella. Este proceso conduce a mejorar la efectividad organizativa. Es el camino más directo para adquirir conocimiento e implantar nuevos sistemas de aprendizaje en un clima de confianza y dentro de una atmósfera de apoyo mutuo entre individuos y grupos.

Cuando una institución educativa adquiere o contrata los servicios de otra por su conocimiento, sencillamente aspira a tener un modelo más completo de gestión de conocimiento que incidirá en el futuro en las políticas y estrategias de la institución.

La forma de adquirir conocimiento a través de los recursos con que cuenta la organización también es un tema que hay que considerar. Un modelo de generación del conocimiento centrado en los recursos debe estar basado en la calidad del recurso y su capacidad de adaptación al entorno por medio de la interacción entre ambos, creando así las condiciones necesarias para que el conocimiento fluya y evolucione paulatinamente en la organización.

La administración del conocimiento según Drucker *“es el proceso mediante*

el cual se gobierna la creación, disseminación y uso del conocimiento. Implica hacer una revisión del capital intelectual focalizando en los recursos singulares, las funciones críticas y los obstáculos que podrían amenazar el flujo del conocimiento para su uso diario dentro de la organización” (2004; 90) produce efectos internos y coadyuvantes que ejercen fuerte impacto entre la organización, tanto a nivel financiero como no financiero.

El objetivo de la red es organizar las instancias de tal manera que permita ir avanzando en la complicada tarea de gestionar el conocimiento. Su importancia teórica consiste en tratar de crear valor real a los activos intangibles con los que cuenta la organización. Autores como Gil, (2009) Cornella (2002) han sugerido la necesidad de realizar más investigaciones respecto de las redes de conocimiento para que las empresas puedan utilizarlo con propiedad.

En conclusión

“Inteligencia es lo que usas cuando no sabes qué hacer.”

Jean Piaget

En conclusión, se puede afirmar, siguiendo a los autores estudiados, que la gestión de conocimiento es hoy una de las principales herramientas con las cuales cuentan las organizaciones para elevar su valor de mercado sin aumentar

59

sus activos tangibles

La GC no es nada nuevo, ciertamente; pero, a partir de los años noventa, este asunto comenzó a preocupar seriamente a los altos directivos de empresas y universidades, especialmente de aquellas dedicadas a la consultoría, cuyos principales activos son, precisamente, los conocimientos.

A tenor de lo dicho, a lo largo de este ensayo, se debe considerar fundamental el partir de la base que el conocimiento en las empresas es el producto intelectual de las personas, generado por la asociación que hacen entre los datos e informaciones proporcionados por los hechos, dentro del contexto específico de un escenario determinado.

Estos son usados como elementos de juicio actuales, que al combinarse con elementos similares previamente almacenados en sus mentes y en los medios de almacenamiento de información de la empresa, les permiten tomar las acciones necesarias para enfrentar problemas específicos.

Referencias

- Cornella, A. (2002). *Infomanía Comunicacional. La gestión Inteligente de la Información en la Organización*. Bilbao. Deusto.
- Davenport, T. y Prusak I. (2001) *Conocimiento en Acción. Como las organizaciones manejan lo que saben*. Buenos Aires. Education.
- Davenport, T. (2001) **60** *Conocimiento en Acción. Como las organizaciones manejan lo que saben.*

Argentina Person Ediciones.

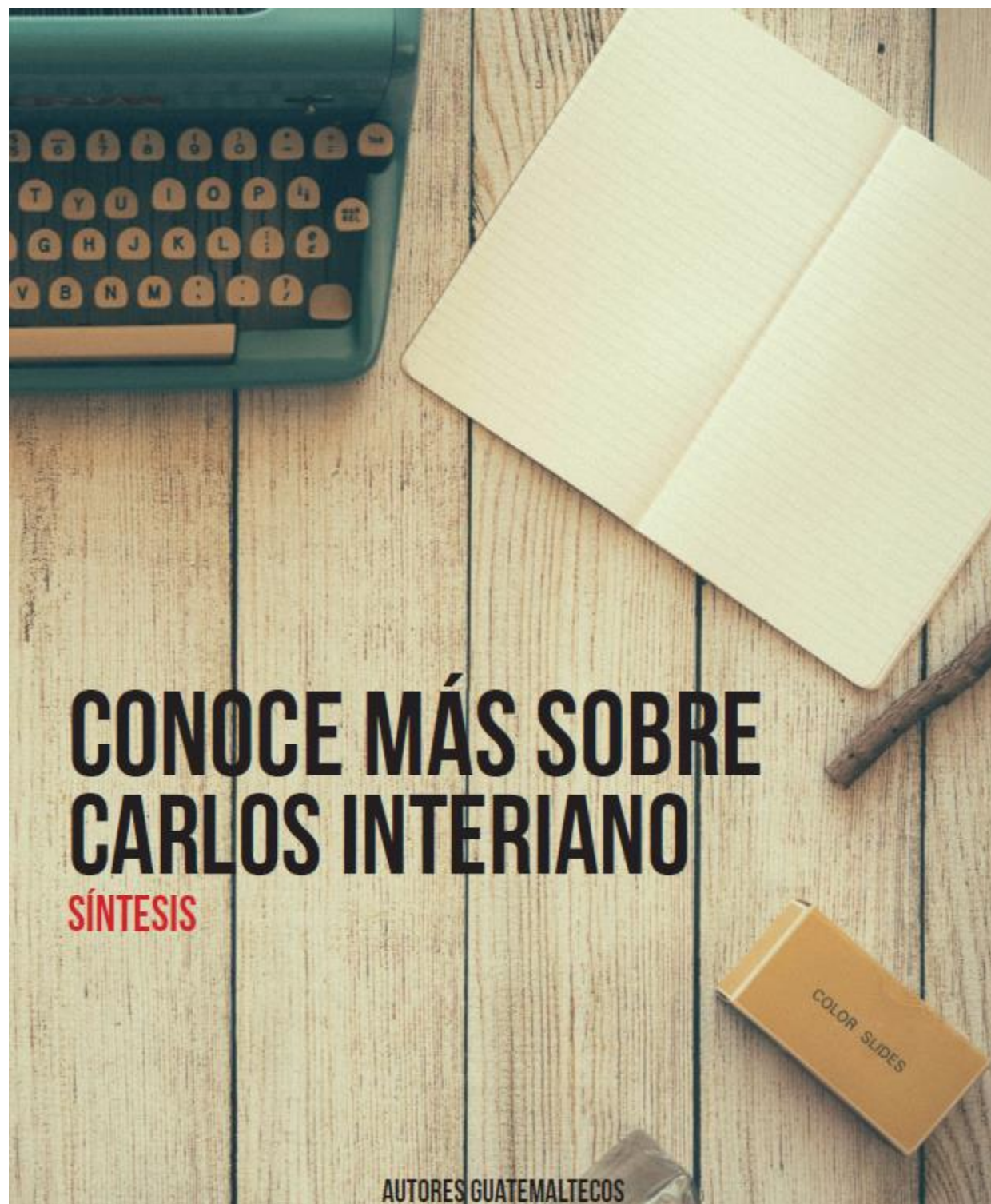
- Drucker, Peter (1999) *Trabajo y herramientas*, en Kranzberg y Davenport. Barcelona. Destino
- García Hernández, F. (1994) *El conocimiento un proceso complejo*. Costa Rica. Educa.
- Gil, I Berrío, H. J., Ángulo, F. A., Gil, I. (2009). *Gestión del conocimiento como bases para la gerencia de centros de investigación en universidades públicas*. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 11, Núm. 1, pp. 116-125.
- Greve H.R., (1993) *Performance, aspiration, and risky organizational change administrative sciense*. *Quarterlyvol* 43.
- Gutiérrez Martín, A. (1999) *Educación Multimedia y Nuevas Tecnologías*. Madrid. Ediciones de la Torre.
- Gutiérrez Vargas G. (2005) *Gestión del Conocimiento en la Universidad*. Madrid. Gedisa.
- <https://www.econlink.com.ar/gestion-conocimiento/definicion>. Pavés. PDF2001. Capturado. (20-09-17)
- Nonaka, I.;Takeuchi, H. (1999) *La Organización Creadora de Conocimiento*. Oxford University Press. México (The Knowledge-Creating Company, Oxford University Press. London. 1995).
- Nonaka, Ikujiro (2008). *La Empresa Creadora de Conocimiento en: HBR. Gestión del Conocimiento*, p.23-49 Knigh, P. T. *El profesorado en Educación superior. Formación para la Excelencia*. Narcea 2006. Blanco A. *Formación universitaria basada en competencias*. En Prieto Navarro, *La enseñanza universitaria centrada en el aprendizaje*.

Estrategias útiles para el profesorado. Madrid. OCTAEDRO/IEC-UB.

- Orozco Cruz. M. (2001) *Tecnología y conocimiento*. Editorial de la universidad de Tegucigalpa. Honduras.
- Piget Jean. <https://akifrases.com/frase/148086>
- Salinas, J. (1999). *Las redes en la enseñanza*. En Cabero, J. (Coord.): *Medios audiovisuales y Nuevas tecnologías para la formación en el Siglo XXI*. Murcia: Diego Marín, 133-150.

Sobre el autor:

Comunicólogo y Máster en Letras (USAC, Guatemala) y Máster en Políticas Educativas para la Sociedad del Conocimiento. (Almería, España). Docente e Investigador en el Centro de Estudios en Comunicología – CEC - en la Escuela de Ciencias de la Comunicación. (USAC. Guatemala)



CONOCE MÁS SOBRE CARLOS INTERIANO

SÍNTESIS

AUTORES GUATEMALTECOS



FORMACIÓN ACADÉMICA

Doctor en Investigación Social, Universidad Panamericana, Guatemala, 2004.

Maestría en Comunicación y Periodismo, Universidad Internacional de la Florida, Miami, Estados Unidos. 1993.

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1981.

Periodista Profesional, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1981.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Catedrático Universidad de San Carlos de Guatemala, 1981-2009.

Catedrático Universidad Galileo, 2001-2005.

Catedrático Universidad Francisco Marroquín, 2000.

Catedrático Universidad Landívar, 2006.

Catedrático Universidad Panamericana, 1999-2012.

Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1984-1990 y 1995-2000 respectivamente.

Director del Doctorado en Investigación Social, Universidad Panamericana, 2000-2016.

Diseñador de diferentes carreras a nivel de educación media y universitaria.

Consultor en comunicación política y estratégica
Investigador Social.

62





PUBLICACIONES

Didáctica del Periodismo Escolar. Elementos de Persuasión.

La Comunicación: un multienfoque.

La Opinión Pública. Manual del Discurso Político.

ABC del Periodismo. Semiología y Comunicación.

Métodos de Investigación Periodística.

Comunicación, Periodismo y Paz en Guatemala.

Producción de Programas Audiovisuales. Guatemala,

Cuento de Hadas.

Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala.

Manual para comunicadores populares.

Comunicación en la Docencia.

Partidos políticos y comunicación.

Comunicación y trabajo.

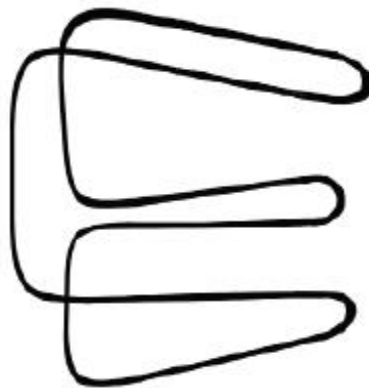
Diversos libros de poesía y artículos periodísticos.

63

SÍNTESIS REVISTA NO. 2

La comunicación para el cambio textualmente es “un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” este concepto conjuga una unidad en la cual los actores de un área específica se hacen protagonistas de su cambio apropiándose de la comunicación y de su conocimiento, manteniendo su identidad, cultura y tradiciones.

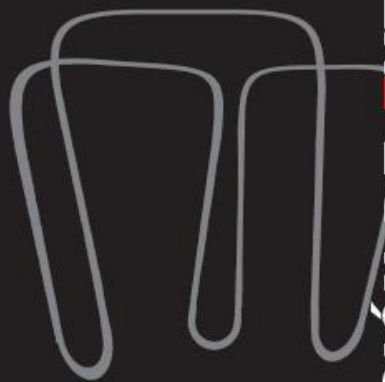
Generar espacios de comunicación alternativa donde se puedan compartir y expresar lo que en fin importa; la palabra del afectado, su percepción y su aporte a la solución: estos mismos espacios generan una cadena participativa en donde cada grupo de personas tenga su aporte a una solución viable, es aquí en donde la presente revista Comunicación y Cultura sigue cumpliendo la finalidad de manera eficaz de compartir conocimientos e investigaciones para crear debate con fines didácticos.



Comisión de **E**xtensión

64

MANUAL INFORMATIVO COMISIÓN DE EXTENSIÓN



COMISIÓN DE **EXTENSIÓN**

MANUAL INFORMATIVO

2017

2 MANUAL INFORMATIVO

ÍNDICE

MANUAL INFOR MATIVO

4	DEFINICIÓN	5	MISIÓN VISIÓN
		11	ORGANIGRAMA
		12	INTEGRANTES

6

OBJETIVOS

7

**FUNCIONES/
ATRIBUCIONES**

8

**ACTIVIDADES
EXTRACURRICULARES**

9

ANTECEDENTES

13

**FUNCIONES
DE LOS
INTEGRANTES**

17

**COORDINADOR
GUSTAVO
BRACAMONTE
-DATOS BIOGRÁFICOS-**

19

**IDENTIDAD
VISUAL**

23

**PALABRAS DE
LA AUTORA**

4 MANUAL INFORMATIVO

Instancia administrativa formada por acciones que expresan la vocación universitaria de proyectar dinámica y coordinadamente la cultura y vincular al pueblo con la Universidad, sujeta a estudios y actividades filosóficas, científicas, artísticas y técnicas, mediante la cual se auscultan, exploran y recogen del medio social y nacional, los problemas, datos y valores culturales que existen en todos los grupos sociales, lo que conlleva la comunicación activa y creadora de la comunidad universitaria de la Escuela de Ciencias de la Comunicación aspectos académicos y culturales con relación a los estudiantes, docentes, coordinadores, Extensión Universitaria y público en general, con el objetivo de promover el desarrollo comunicacional el arte, la cultura, la ciencia a nivel de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y en la comunidad guatemalteca.

DEFINICIÓN

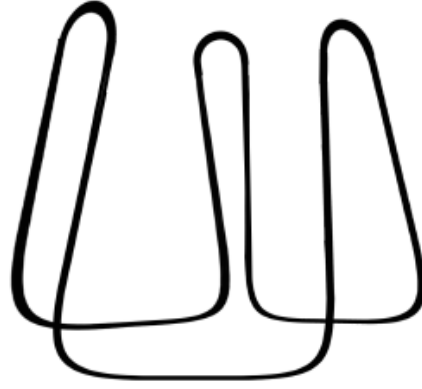


MISIÓN

Coadyuvar en la formación del comunicador social, teniendo como principio la realidad social para la acción comunicativa del estudiante y docente en la sociedad, y el correcto desarrollo en el campo de la comunicación, el periodismo, la publicidad y la locución.

VISIÓN

Extender la formación de profesionales en la comunicación que se comprometan al bien común en todos los ambientes sociales y laborales, con excelencia académica, y un alto sentido de responsabilidad que les permita participar en pro del desarrollo social de la universidad y del país.



Comisión de **Extensión**

6 MANUAL INFORMATIVO

1. Estimular el desarrollo social.
2. Elevar el nivel espiritual, intelectual y técnico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC-.
3. Brindar soluciones fundamentales a los problemas de interés general de manera imparcial y objetivamente.
4. Interrelacionar activa y creadoramente a la ECC con la comunidad nacional.
Favorecer la formación integral de los estudiantes y de los demás miembros de la comunidad universitaria.
5. Crear un vínculo en la comunicación activa y creadora de los universitarios con la sociedad, para el establecimiento de prioridades y desarrollo de una conciencia de solidaridad entre estudiantes y docentes.
6. Elevar la calidad e innovación de la comunidad académica de la ECC.
7. Establecer la actualización académica en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
8. Desarrollar programas comunicacionales competitivos, recreativos y formativos en las disciplinas de publicidad, locución, periodismo y comunicación con proyección a la población universitaria y guatemalteca.

OBJETIVOS





FUNCIONES/ ATRIBUCIONES

1. Difusión o extensión de las actividades culturales (difusión de las manifestaciones artísticas).
2. Difusión del conocimiento científico.
3. Extensión universitaria y servicios a la comunidad, extensión académica: estudiantil y docencia.
4. Articular la docencia con la investigación, la preservación y difusión de la cultura, por medio de la comunicación.
5. Programación de actividades académicas, científicas y tecnológicas que coadyuven a sensibilizar un buen porcentaje lo relativo a la calidad académica y la innovación de la realidad más cercana a la ECC.
6. Promover la cultura entre estudiantes, docentes y población interesada en asumir la propuesta de contar con una escuela que incida a un nivel de conocimiento.
7. Establecer vínculos con docentes, para fortalecer los planes y programas de desarrollo académico para futuros profesionales.

ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

1. Talleres para el área de docencia
2. Talleres para área administrativa
3. Talleres abiertos, dirigidos a todas áreas, (estudiantil, docencia y administrativa)
4. Conferencias
5. Cine foros
6. Capacitaciones dirigidas al cuerpo de docentes de la ECC
7. Festivales académicos
8. Club de poesía
9. Club de lectura
10. Publicaciones (revista)
11. Cátedra (reunión para tocar temas de estudio de comunicación, semiología y lingüística).

COMISIÓN DE EXTENSIÓN 2017

9



ANTECEDENTES

10 MANUAL INFORMATIVO

La Comisión de Extensión surgió en el seno del proceso de transformación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en donde aún era llamada Escuela Centroamericana de Periodismo. En el año 1975, se produjo un movimiento de transformación de la antigua Escuela Centroamericana de Periodismo y en adelante se le llamó como se le conoce actualmente Escuela de Ciencias de la Comunicación.

El proyecto de Comisión de Extensión fue el resultado del Congreso de Reforma de Transformación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que estaba integrado por el cuerpo completo de docentes y estudiantes. A calor de la discusión del cambio de identidad aparecen los organismos de la Escuela, surge la Comisión Directiva Paritaria; conocida actualmente como Consejo Directivo, que tenía a su cargo la organización y administración de toda la Escuela, tanto su aspecto administrativo como académico, también surge el Centro de Investigación, así también La Comisión Académica, que era integrada por docentes y

estudiantes, lo que significa que era paritaria, al igual que la Comisión Directiva Paritaria que es una instancia que asumía la responsabilidad de trabajar la parte de desarrollo académico de la Escuela. Otro organismo importante surgió en ese momento es el Centro de Investigación que se instituyó más como un centro conformado por profesionales y docentes y en esta figura ya no se involucra el sector estudiantil sino que; se tomó como parte de una importante función de la Universidad de San Carlos, función de hacer tarea de extensión, es ahí donde surge el espíritu de la Comisión de Extensión, que es hacer labor de proyección de la Escuela, tanto fuera como dentro de la unidad académica y fue entonces en 1975 que se crea la Comisión de Extensión y queda establecida así, dentro del reglamento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La iniciativa y la finalidad del surgimiento de la Comisión de Extensión es para proyectar la Escuela de Ciencias de la Comunicación tanto al interior como al exterior de la institución, la idea principal es llevar la extensión incluso a la "comunidad" que es la población guatemalteca que era llamada comunidad en esa época, además de ligar

la Universidad de San Carlos por medio de la Escuela de Ciencias de la Comunicación a las necesidades nacionales. De esa cuenta la Comisión de Extensión ha desarrollado un papel importante ya que se ha logrado proyectar hacia la comunidad nacional. Entre las personalidades que han conformado a Comisión de Extensión, se puede mencionar: Lesbia Morales, Silvia Búcaro, Carlos Interiano, Guillermo Toralla quien fue de los primeros en conformarla y Gustavo Bracamonte, quien fue Director y actualmente Coordinador de la Comisión de Extensión.

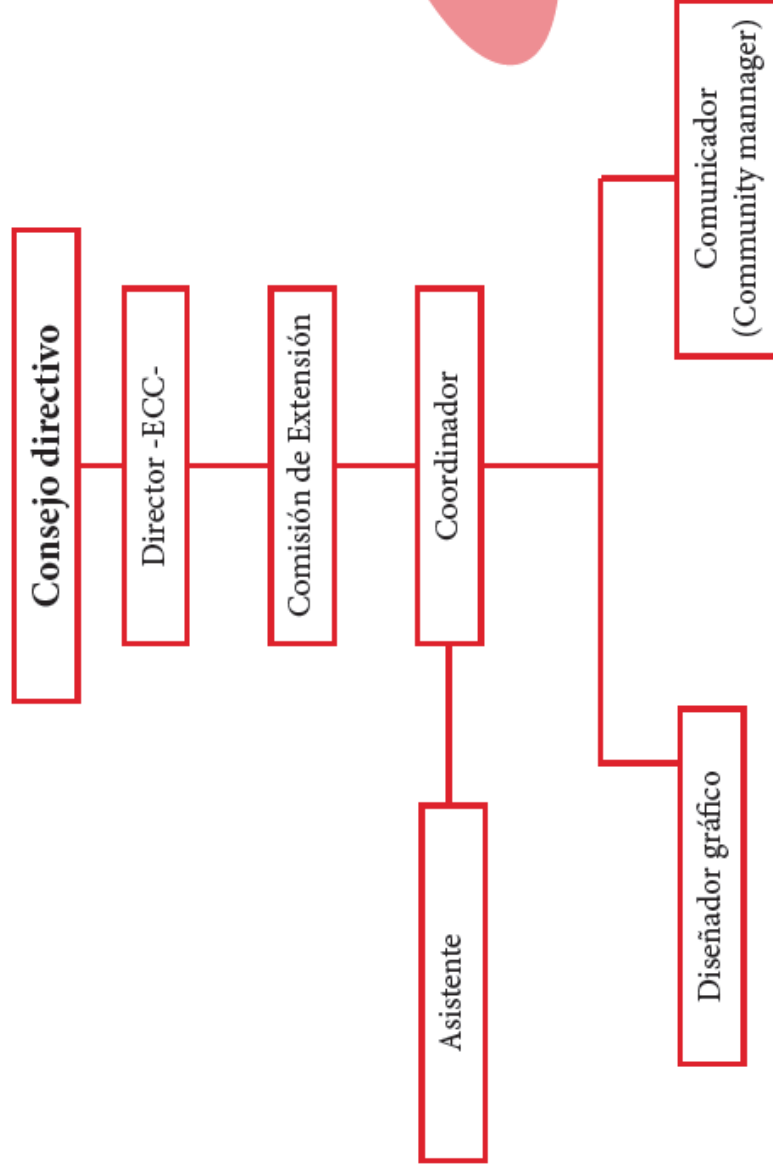
En la actualidad se logra determinar que la Comisión de Extensión ha tenido periodos de mucha proyección, El presente periodo es un ejemplar de cuantiosa labor de extensión más no ha sido pareja dicha proyección, ya que la Comisión de Extensión también ha pasado por periodos donde la labor de extensión ha sido minimizada.



INTEGRANTES

PROYECTO EPS - 2017

ORGANIGRAMA



Fuente: elaboración propia



FUNCIONES DEL COORDINADOR

1. Proponer convenios y cooperaciones con profesionales en diversas ramas de conocimiento con el propósito de programar actividades para el desarrollo de temas que apoyen el contenido de cursos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Establecer vínculos con docentes, para fortalecer los planes y programas de desarrollo académico para futuros profesionales.
3. Trazar y gestionar los planes de cursos y actividades anuales con la intención de ofrecer a estudiantes, docentes y personal administrativo espacios y servicios con valor académico significativo.
4. Coordinar con docentes para las diversas actividades programas por extensión a fin de expandir conocimiento sobre estudiantes.
5. Mantener vínculos activos con entidades y profesionales con el objeto de implementar actividades que satisfagan las necesidades académicas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
6. Fomentar actividades extracurriculares académicas, científicas y tecnológicas que beneficien a la población que tenga relación con la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

FUNCIONES DEL ASISTENTE DE COORDINACIÓN

1. Elaborar y presentar el presupuesto del Plan Operativo Anual.
2. Apoyar las acciones proyectadas por el Comunicador y Coordinador de la Comisión.
3. Apoyar a las acciones y estrategias que el comunicador gestiona en la Comisión.
4. Proveer el apoyo logístico necesario a todas las actividades de extensión.
5. Mantener un control de asistencia de las personas que asisten a las distintas actividades que promueve la Comisión de Extensión.
6. Contribuir a generar un clima favorable hacia las actividades y programas de la Comisión, promoviendo el concepto de extensión relevante.
7. Participar colaborativamente para lograr el éxito del Plan Operativo de la Comisión.



1. Elaborar y diseñar el Plan Operativo Anual a Coordinador de la Comisión de Extensión.
2. Creación de contenidos atractivos y de calidad para redes sociales, medios alternativos y medios tradicionales.
3. Monitorizar las publicaciones y novedades del sector universitario para identificar oportunidades y amenazas a tiempo.
4. Crear relaciones estables y duraderas con los fans de las diversas plataformas para conseguir involucrarlos a los objetivos de la Comisión de Extensión.
5. Brindar más conocimiento de los productos, funcionalidad y filosofía institucional de la Comisión.
6. Proponer las políticas generales y particulares comunicacionales de extensión.
7. Generar y gestionar las acciones necesarias para el avance comunicacional de los programas de extensión.
8. Planificar y mantener relaciones permanentes con el personal interno y público externo con la finalidad de conservar el flujo de información y apoyo académico brindado por la Comisión a la población relacionada a la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
9. Mantener informada a la población universitaria y al personal interno sobre las actividades académicas, científicas y tecnológicas programadas y en desarrollo.
10. Mantener a las personas informadas de las acciones y actividades que se desarrollan en relación a la Comisión.
11. Mantener una actitud de crítica y apoyo constructiva frente a la coordinación de la Comisión, comprometiéndose directamente en la consecución de los objetivos propuestos.
12. Apoyar y proyectar las actividades de extensión (limitación del grupo objetivo, temas de actividades, carácter de actividad individual, medios,) procurando que su ejecución dentro del programa de la Comisión mantenga los estándares de calidad académica y comunicativa.

FUNCIONES DEL COMUNICADOR

(Comunicador con destrezas Community Manager)



FUNCIONES DEL DISEÑADOR GRÁFICO

1. Creación de conceptos y diseños de la distinta información que la Comisión desee promover, basados en el conocimiento de los principios de diseño y los conceptos de diseño estético.
2. Desarrollar los conceptos, gráficos y diseños para las ilustraciones de productos y estrategias comunicacionales.
3. Involucrarse en las etapas de producción: diseño y creación y ejecución e impresión.
4. Reunirse con el Coordinador de la Comisión para discutir y determinar la imagen del diseño.
5. Determinar cuáles son las necesidades de la Comisión de Extensión.
6. Determinar (el tamaño, disposición de material ilustrativo, medios y otros elementos) y así seleccionar el estilo y la manera de proyectar el concepto en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
7. Diseñar las diferentes imágenes, gráficos y diseños para publicaciones impresas y digitales que sustenten la expansión de información.
8. Marcar, pegar y montar los diseños finales para la preparación en la impresión.
9. Mantenimiento y gestión del archivo de imágenes, fotos o productos de trabajo.
10. Análisis de ilustraciones y materiales para proyectos planificados con presentaciones públicas.
11. Diseño de arte final para publicaciones impresas

COMISIÓN DE EXTENSIÓN 2017

COORDINADOR

GUSTAVO BRACAMONTE

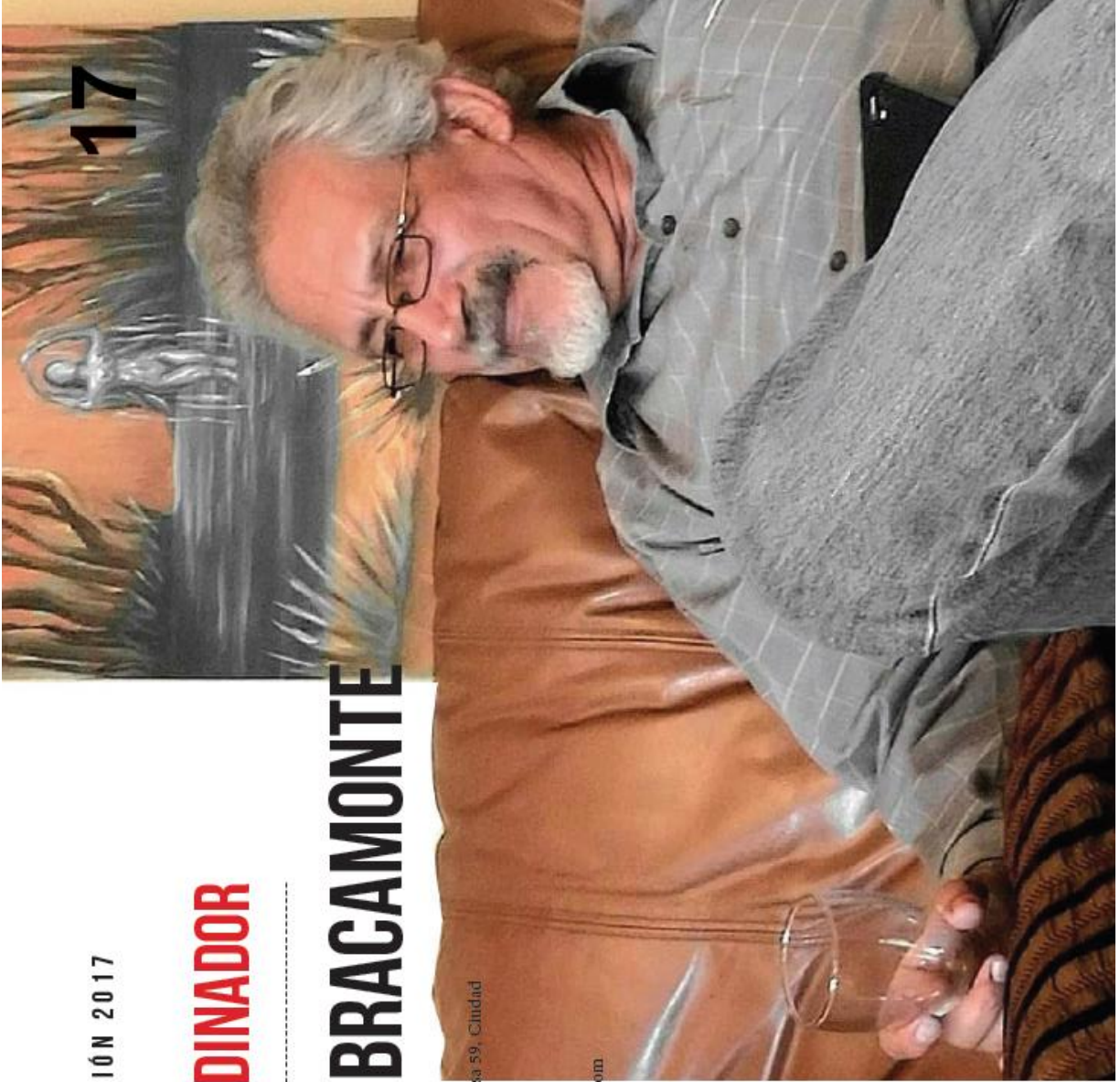
Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón

Bosques de San Marino, Verona 2, casa 59, Ciudad
San Cristóbal, zona 8 de Mixco.

Contacto:

Tel.: 59906767

Correo: gbracamonte1952@hotmail.com



18 MANUAL INFORMATIVO

GUSTAVO ADOLFO
BRACAMONTE GERÓN
Datos biográficos del Coordinador

Gustavo Bracamonte, Profesor de Enseñanza Media en Filosofía por la Facultad de Humanidades, Periodista Profesional y licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala; con cierre de pensum en la Maestría en Dirección de Medios por la Universidad Panamericana. Cuenta también con una maestría en Comunicación para el desarrollo y un Doctorado en Comunicación Social por la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Ex director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en dos periodos consecutivos, del año 2004 a 2012 y director del Centro Universitario de Zacapa en 2012 y 2013 de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Fundador de la carrera de Periodismo y Ciencias de la Comunicación en los centros

universitarios de Chiquimula, Mazatenango y Petén.

Desde la Escuela de Ciencias de la Comunicación ha promovido certámenes de poesía, talleres de poesía y narrativa, Círculos de lectura y el Círculo Literario e incluso fundó el Club de lectura en Estanzuela, Zacapa. Cofundador de la revista Zanates y clarineros.

Ha participado en un sin número de cursos entre los cuales se cuenta: Educación popular recibido en Costa Rica por término de un mes, Comunicación para el desarrollo municipal recibido en Panamá y Pedagogía liberadora en México.

La producción literaria de Gustavo

Bracamonte: Ensueño de juventud, Nueve poemas, Canto Nuevo, Mujer plena, Memorial por la vida, Agua desnuda, Nicté, Al final del amor, Memorial por la vida, Muy íntimo (con otros), Amalia, Martiposa Negra, Mujer plena, El recurso de la mirada, Mujer de piel blanca, Pájaro del atardecer, Odas íntimas, Tratado del deseo, País desnudo, Laberinto Babel con otros poetas, Raíces del viento (varios), Colectivo (varios poetas), El reverso de lo sublime, Ese

añ por la vida, Transcurre inevitablemente, Concupiscente, La rabia de los días, Poemas en la plaza, Cuarto oscuro, Poemas de invierno y Sodoma.

También ha participado con publicaciones en Revista Universidad de la cual fue miembro del Consejo Editorial y, en dos antologías latinoamericanas.

En el actual año 2017, presidente del Centro PEN-Guatemala y miembro de la Comunidad de escritores de Chiquimula Zanates y clarineros desde donde se impulsa la literatura guatemalteca a nivel interno e internacional.



COMISIÓN DE EXTENSIÓN 2017

19



IDENTIDAD VISUAL

20 MANUAL INFORMATIVO

JUSTIFICACIÓN DE IMAGOTIPO*

*Imagotipo: Conjunto ícono-textual que identifica a una organización y cumple ésta función, incluso separados.

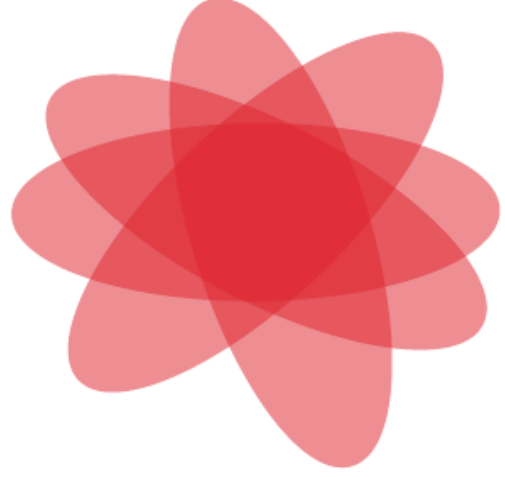
La finalidad conceptual del imagotipo de la Comisión de Extensión es: *dar a la comunidad universitaria la imagen de la Comisión de Extensión de una manera simple y llamativa*, en donde éste forme parte indispensable de dicha finalidad.

La letra C y la letra E se entrelazan y forman un solo ícono, con la idea de realizar un imagotipo sin crear un corte en el arte y lograr observar que el ícono se complementa con la unión de las dos letras iniciales de la Comisión de Extensión; unión que brinda la connotación de la alianza entre estudiantes, docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y profesionales externos para elevar la calidad e innovación de la comunidad académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Así también con ambas iniciales que conforman el logo se busca posicionar la Comisión de Extensión en la mente de la comunidad universitaria.

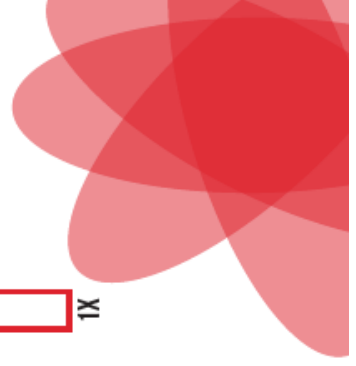
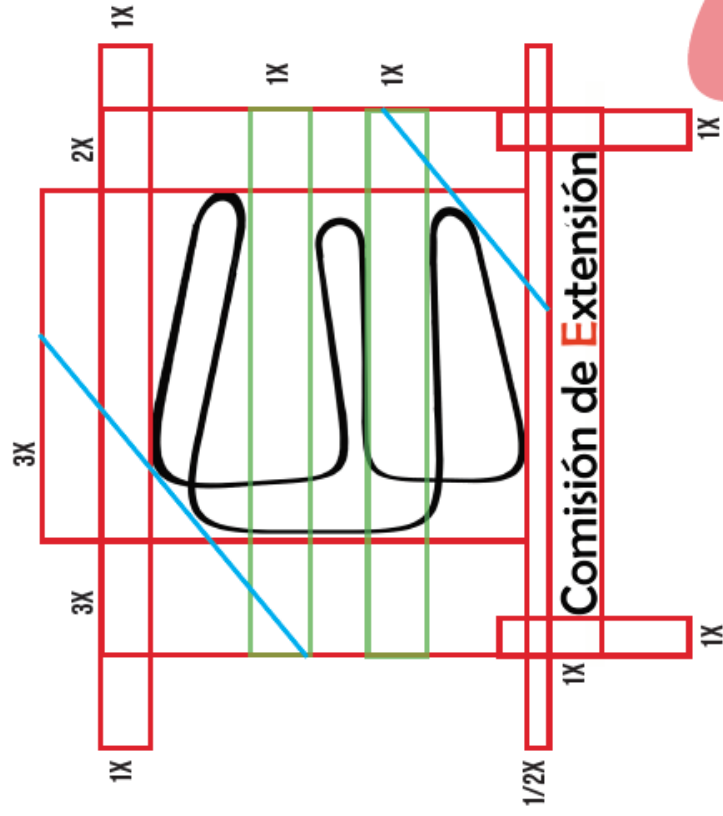
Otra alianza que se logra realizar en la mente de los receptores, es la E que visiblemente se forma en el ícono por la unión de la letra E y la letra C, con lo que finalmente el ícono logra resaltar es la E con el fin crear

la unión de la letra inicial de Extensión con la E de la ECC (Escuela de Ciencias de la Comunicación).

Respecto a los colores que conforman el logo de la Comisión de Extensión son utilizados rojo y negro siguiendo el fin del Manual de Imagen de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que es; homogeneizar la imagen de la ECC, de la USAC en cada uno de sus productos y establecer un parámetro de unificación dentro de todas las dependencias de la Escuela.



CONSTRUCCIÓN



22 MANUAL INFORMATIVO

PALETA DE COLORES



PANTONE: #030303



PANTONE: #c02020

TIPOGRAFÍA

Berlin Sans FB/ regular (15pts)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

PROYECTO EPS - 2017

PALABRAS DE LA AUTORA

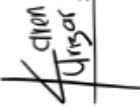
“Nada existe, excepto átomos y espacio vacío; todo lo demás son opiniones.”

-Demócrito

A lo largo del camino, se entiende que el aprendizaje y el conocimiento abren puertas a los desconocido, ilógico e inalcanzable; y con frecuencia, nos hace exigernos al máximo para poder comprender nuestra verdadera naturaleza.

Apoyar a la Comisión de Extensión, me permitió ir más allá de mis obligaciones como epesista, pues pude cotemplar el surgimiento de un espacio, en dónde los comunicadores pueden publicar sus investigaciones, hallazgos e inquietudes sin temor a ser reprendidos o censurados; así también logré presenciar y colaborar en las distintas oportunidades que la Comisión brinda con el fin de estimular el desarrollo social y elevar el nivel espiritual, intelectual, técnico de la ECC con la comunidad nacional.

Colaborar en la transmisión de la comunicación como ciencia, fue y es una experiencia inolvidable, extraordinaria y liberadora, ya que al graduarme en éste ramo puedo comprender que mi vocación, tiene un campo de acción muy amplio que nos permite inspirar a los demás.


 Comisión
 EPS - 2017



Para mayor información de la Comisión de Extensión o en el caso de estudiantes universitarios o público general que desee brindar material didáctico, contenidos académicos, actividades y contactos de profesionales que contribuyan a alcanzar los objetivos de la Comisión y lograr que la Comisión de Extensión coadyuve en la formación del comunicador social, comunicarse con el Dr. Gustavo Bracamonte en la oficina de la Comisión de Extensión ubicada en el 2º nivel, Edificio M2, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Ciudad Universitaria, Zona 12, Ciudad de Guatemala o contactarse por vía electrónica a: gbracamonte1952@hotmail.com

EX TEN SI ÓN

M A N U A L I N F O R M A T I V O

Ficha de Horas de Práctica



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 23 de octubre de 2017

Estudiante
Karen Urizar Morán
201217235
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA COMISIÓN DE EXTENSIÓN DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Sandra Nohemi Hernández y Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura

Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt