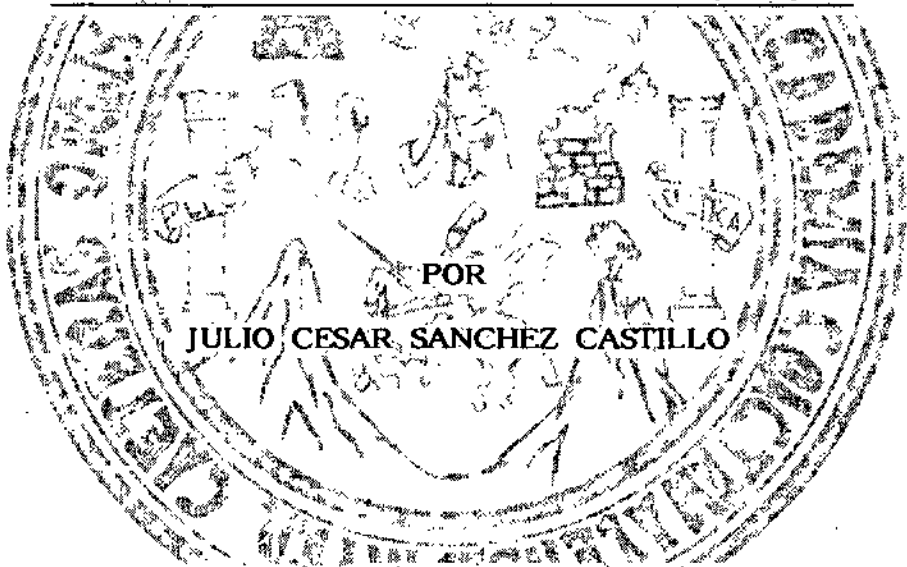


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

"LOS MEDIOS DE COMUNICACION ALTERNATIVA
Y SU INFLUENCIA EN LA COLONIA CAROLINGIA"



POR
JULIO CESAR SANCHEZ CASTILLO

TESIS PRESENTADA A LA COMISION DIRECTIVA PARITARIA DE LA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION, UNIVERSIDAD
DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, PREVIO A CONFERIRSELE
EL TITULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION

GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 1993

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

DL
16
T(45)

ESCUELA DE
CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

DIRECTOR

Lic. Jesús Alvarado Mendizábal

**COMISION DIRECTIVA PARITARIA
REPRESENTANTES DOCENTES**

Lic. Jesús Alvarado Mendizábal

M.A. Hugo Leonel Ruano Ch.

Lic. Juan José Morales García

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

José González Villanueva

Marco Tulio Contreras L.

Daniel Antonio Fernández

SECRETARIO

Lic. Cristóbal Rivera López

TRIBUNAL EXAMINADOR

M.A. Wangner Díaz Choscó

Lic. Miguel Angel Juárez

(Titulares)

M.A. Hugo Leonel Ruano Ch.

(Suplente)

Lic. Juan José Morales García

Lic. Carlos Interiano

Lic. Favio Hernández

ASESOR DE TESIS

Lic. Juan José Morales García

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Guatemala

Guatemala, agosto 4 de 1987.
ECC 353-87

Señor estudiante
Julio César Sánchez Castillo
Ciudad

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el inciso 9.1 del punto NOVENO del Acta No. 19-87 de sesión celebrada el 21 de julio del presente año.

"NOVENO:... 9.1 Aprobar el cierre de currículum de Licenciado en Ciencias de la Comunicación del estudiante Julio César Sánchez Castillo, carnet No. 14468, en virtud del informe presentado por la Oficial encargada de Control Académico con respecto a que tiene aprobados los cursos, talleres y seminarios correspondientes a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación."

Atentamente,



"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Carlos Ineriano
Director.

CI/rde

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 18
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, 25 de Enero de 1991

Ref.: 07-91

**Comisión Directiva Paritaria
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente**

Apreciables miembros:

Atentamente, nos permitimos informarles que hemos conocido el proyecto de Tesis del estudiante Julio César Sánchez Castillo, titulado LOS MEDIOS DE COMUNICACION ALTERNATIVOS Y SU EFECTO EN LA ORGANIZACION COMUNITARIA DEL ASENTAMIENTO URBANO-MARGINAL "CAROLINGIA".

Consideramos que dicho proyecto contempla los aspectos básicos para orientarse con propiedad en el proceso de investigación, y si ustedes lo tienen a bien puede aprobarsele.


Les adjuntamos una copia de dicho proyecto.

Sin más sobre el particular, nos es grato suscribirnos

ID Y ENSEÑAD A TODOS



Lic. Carlos Interiano
Comisión de Tesis



Horacio Cabezas
Comisión de Tesis

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, febrero 24 de 1993.
ECC 250-93

Señor estudiante
Julio César Sánchez
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

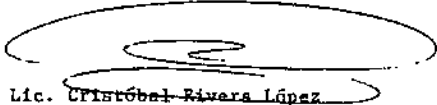
Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 9.5 del punto NOVENO, del Acta No. 07-93 de sesión celebrada el 19 de febrero de 1993.

"NOVENO:... 9.5... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: nombrar asesor de tesis del estudiante JULIO CESAR SANCHEZ, carnet No. 14468 al licenciado Juan José Morales García."

Atentamente,



"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Cristóbal Rivera López
Secretario.

CRL/rde
c.c. Comisión de tesis



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

DICTAMEN TRABAJO DE TESIS

Profesional que emite dictamen: Lic. Juan José Morales G.

Título del Trabajo de Tesis: " Los Medios de Comunicación Albergada
nativa y su Efecto en la organización Comunitaria del Asentamiento
Urbano-Marginal, CAROLINGIA"

Nombre del Estudiante: Julio César Sánchez Castillo

Carnet: 14468

Fecha de Recepción: 7 de Mayo de 1993

Fecha de Envío para Dictamen: 10 de Mayo de 1993

Fecha del Dictamen: 13 de Mayo de 1993

Nota: se sugiere a los Lic's. Carlos H. Interiano y Favio Hernández,
para integrar el Comité de Tesis.

INSTRUCCIONES

El dictamen debe hacerse en original y dos copias. El original es para la instancia que lo solicitó, una copia para el expediente que se lleva del estudiante en Comisión de Tesis y la otra para el archivo personal del dictaminante. El Comité de Tesis, según el punto sexto del Reglamento de Tesis, cuenta con 30 días calendario para emitir dictamen.

- Aceptar el trabajo de tesis sin modificaciones
- Aceptar el trabajo de tesis con modificaciones
- No aprobar el trabajo de tesis en tanto no se hagan las modificaciones que abajo se indican.
- No aceptar el trabajo de tesis

	Página
ORIENTACION DE LECTURAS	97
BIBLIOGRAFIA	101
ANEXOS	103

INDICE DE ILUSTRACIONES

CUADROS

Cuadro	Página
1 Primer modelo de comunicación interpersonal de Schramm.	10
2 Medios de comunicación formal usados en Carolingia	81

FIGURAS

Figura	Página
1 Segundo modelo de comunicación interpersonal de Schramm.	11
2 Tercer modelo de comunicación interpersonal de Schramm.	11
3 Cuarto modelo de comunicación interpersonal de Schramm.	12
4 Quinto modelo de comunicación interpersonal de Schramm.	13
5 Modelo de comunicación colectiva o "Tuba de Schramm.	15

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Guatemala

Guatemala, junio 7 de 1993.
ECC 657-93

Señor estudiante
Julio César Sánchez
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 3.6 del punto TERCERO, del Acta No. 20-93 de sesión celebrada el 4 de junio de 1993.

"TERCERO:... 3.6... Comisión Directiva Paritaria, con base en el Dictamen favorable de la Comisión de Tesis y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: Nombrar a los profesionales Lic. Juan José Morales García (Presidente), Lic. Favio Hernández y Lic. Carlos Interiano, para que integren el Comité de Tesis que deberá analizar el proyecto de tesis del estudiante JULIO CESAR SANCHEZ CASTILLO, carnet No. 14468, titulado LOS MEDIOS DE COMUNICACION ALTERNATIVA Y SU EFECTO EN LA ORGANIZACION COMUNITARIA DEL ASENTAMIENTO URBANO-MARGINAL, CAROLINGIA."

Atentamente,



"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Cristóbal Rivera López
Secretario.

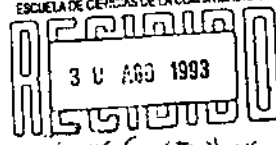
CRL/rde

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



[Handwritten signature]

Guatemala, 30 de Agosto de 1993.

Señores Miembros
Comisión Directiva Paritaria
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio.

Apreciables miembros:

Atentamente nos dirigimos a ustedes con el objeto de rendir informe sobre el trabajo de tesis de JULIO CESAR SANCHEZ CASTILLO, Carent No. 14468, titulado: "LOS MEDIOS DE COMUNICACION ALTERNATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA COLONIA CAROLINGIA".

De conformidad con lo establecido en el artículo sexto del Reglamento respectivo, se examinó, estudió y discutió dicho trabajo. Se le hicieron al autor las observaciones necesarias, las cuales fueron atendidas y corregidas.

En base a lo anterior se dictaminó que el trabajo de tesis de JULIO CESAR SANCHEZ CASTILLO, merece ser aprobado para que el autor pueda sustentar su examen, previo a obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Sin otro particular, quedamos de ustedes, deferentemente:

"LE Y ENSEÑAD A TODOS"

~~Lic. Juan José Morales G
Presidente Comité de Tesis~~

[Handwritten signature]
Lic. Favio Hernández
Miembro Comité de Tesis

[Handwritten signature]
Lic. Carlos Interiano
Miembro Comité de Tesis

También, se desvaneció el supuesto de que los medios de comunicación identificados como "alternativos" podrían incidir en el proceso de desarrollo socioeconómico de los habitantes del sitio aludido, en donde se comprobó la coexistencia de los medios referidos con los tradicionales, es decir, se emplean indistintamente.

Es más, lejos de un eventual predominio en la influencia de los medios alternativos, se encontró que la conducta diaria de los vecinos de esa colonia estudiados en la muestra, especialmente de parte de la juventud, está muy impregnada por la publicidad consumista; propaganda política; la moda; notas rojas y morbosas de algunos medios escritos y, en grado bastante sensitivo, la religión.

Otra idea deformante que salió a luz es la creencia de que las llamadas colonias marginales, necesariamente son núcleos inhóspitos, sin infraestructura básica para vivir y poblaciones humanas en extrema pobreza económica. En el caso particular de Carolingia, se observó todo lo contrario, se trata de una colonia como cualquier otra de su clase en esta capital, con defectos y propiedades.

En abono a lo anterior, también se encontró dentro de los límites de esta investigación, que la comunicación alternativa es un espacio de oposición política, y no la simple utilización de medios alternativos antagónicos a los "mass media". Por lo tanto, lo alternativo se concibe desde los niveles macro-comunicacional o sea, el marco mundial o nacional de las comunicaciones; un nivel intermedio o meso-comunicacional circunscrito más al ámbito local-regional de los países, nivel que involucra a instituciones, gremios, sindicatos, cooperativas y demás asociaciones; finalmente, el nivel micro-alternativo, que se traduce en lo marginal, en lo popular, cuya voz no encuentra eco en los laberintos de la red estatal, que para los efectos de la presente tesis constituyó su objeto de estudio: los medios de comunicación micro-alternativa.

El autor trató en todo momento de mantener un enfoque descriptivo en la investigación, donde se adaptó un

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Guatemala

Guatemala, septiembre 6 de 1993.
ECC 980-93

Señor estudiante
Julio César Sánchez Castillo
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

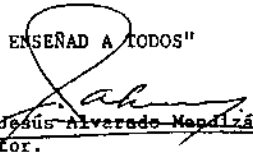
Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 4.5 del punto CUARTO, del Acta No. 31-93 de sesión celebrada el 1 de septiembre de 1993.

"CUARTO:... 4.5... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis LOS MEDIOS DE COMUNICACION ALTERNATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA COLONIA CAROLINGIA, presentado por el estudiante JULIO CESAR SANCHEZ CASTILLO, carnet No. 14468, en base al dictamen favorable del Comité de Tesis nombrado para el efecto y lo establecido en la Norma OCTAVA de las Normas Generales Provisionales para Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación; b) Se autoriza la impresión de dicha investigación; c) Se nombra a los licenciados Wangner Díaz Chosco y Miguel Ángel Juárez (Titulares) y Lic. Hugo Leonel Ruano Chacón (suplente) para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. Juan José Morales García (Presidente), Lic. Favio Hernández y Lic. Carlos Interiano integren el Tribunal examinador; d) se autoriza a la Dirección de la Escuela Para que fije la fecha del examen final de graduación."

Atentamente,



"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Jesús Alvarado Mendizábal
Director.

JAM/rde

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

"Para los efectos legales, únicamente el
tesinando es responsable del contenido
de este trabajo".

obtenidas por Rivera (1,988) y Palomo (1,989); trabajos del exterior como los de Prieto (1,980-1,985); Mattelart (1,972-1,981); los reportes de Molina (1,979) en la Universidad Autónoma de México, UNAM, este último; asimismo los estudios de Bisbal en Venezuela y Ortega en Ecuador.

La concepción teórica de los autores mencionados está orientada claramente a defender un interés político-ideológico, en el sentido de que para algunos de ellos, los mensajes que se canalizan por los medios tradicionales es comunicación de la "clase dominante" y la comunicación alternativa sería la que reivindicque a las "clases populares", y que necesariamente se difunda a través de las mantas, carteles, murales etc.

Para no caer en las tentaciones ideológicas, ni mucho menos descender de la neutralidad investigativa al campo propagandístico, en el presente trabajo de tesis se sustenta un enfoque descriptivo del objeto de estudio, con la idea de ofrecer un diagnóstico aunque sea aproximado, de la realidad comunicacional en Carolingia.

Dicho diagnóstico tuvo como referencia el diagnóstico comunicacional propuesto por Jaime Correa Colorado, de la Universidad Pontificia Bolivariana, con las adaptaciones necesarias al contexto elegido para esta tesis; especialmente en la información basada sobre la Formación Social y el Fenómeno de la Comunicación en colonia Carolingia.

El método de investigación utilizado fue el de muestreo probabilístico aleatorio simple o muestra al azar, en una muestra inicial de 301 viviendas y una muestra corregida de 331, equivalente al 24 por ciento de la población estudiada (1,400 viviendas).

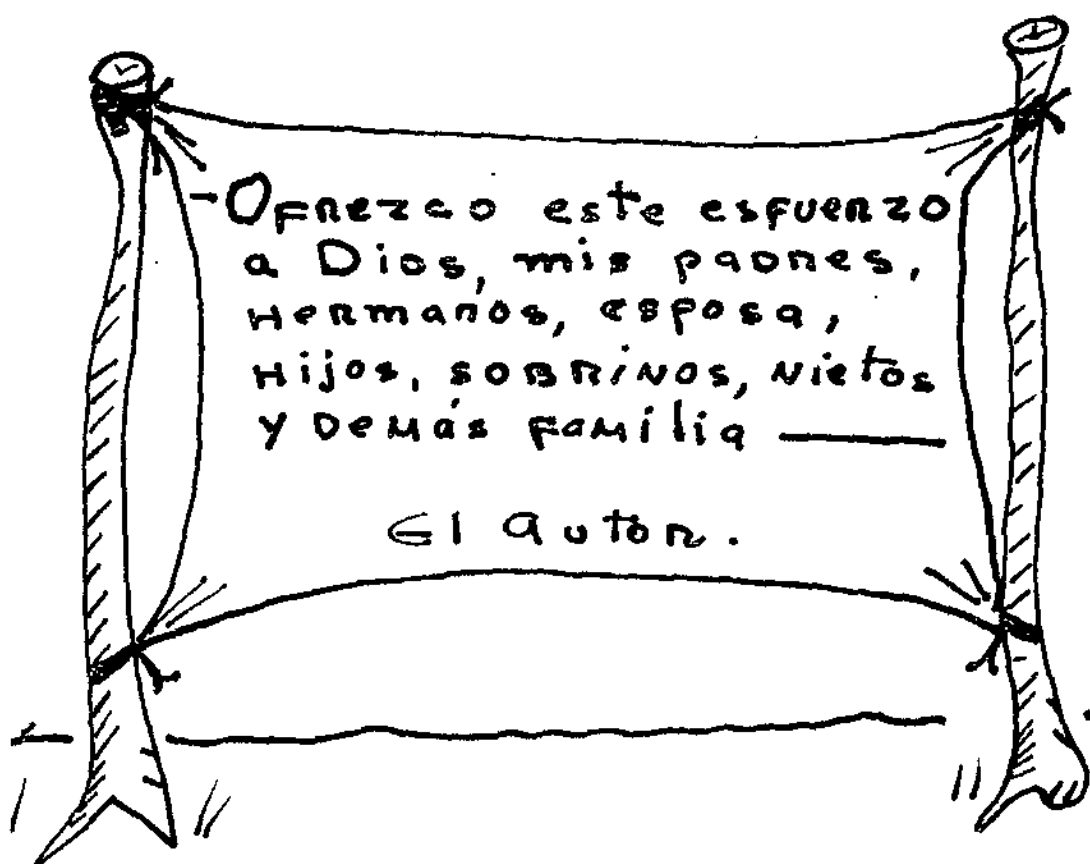
Como procedimiento de recopilación de datos se giró una boleta de encuesta, una cédula de entrevista personal con los líderes del lugar, una guía de observación acerca

ANOTACION IMPORTANTE

El autor dedica esta tesis especialmente a las instituciones nacionales e internacionales, organismos mundiales y a las personas individuales que incansablemente se dedican a la investigación de los problemas de la comunicación.

Asimismo expresa su complacencia por las atenciones recibidas en los diferentes Centros de Documentación que funcionan en esta capital, particularmente de la Unesco, el Instituto Guatemalteco Americano IGA., Universidad de San Carlos y su Escuela de Ciencias de la Comunicación, Instituto Nacional de Administración Pública INAP., y el Banco de Guatemala.

Finalmente, agradece infinitamente a sus hijos Julio César e Ingrid Carolina y al joven Marco Vinicio Méndez su valiosa colaboración en el trabajo de levantado de texto y diseño de cuadros y figuras a través de las técnicas de la computación.

A hand-drawn illustration of a scroll. The scroll is unrolled and held by two vertical strips of fabric or paper on the left and right sides, which are tied at the top and bottom. The text is written in a simple, hand-drawn font. The scroll has a wavy bottom edge.

- Ofrezco este esfuerzo
a Dios, mis padres,
hermanos, esposa,
hijos, sobrinos, nietos
y demás familia —

El autor.

otro de lo que uno posee o descubre. También significa manifestar o hacer saber alguna cosa, concretar, conferir con otros un asunto para tomar un parecer (Flores de Gortari y Orozco 1,980:24).

En las expresiones "poner en común y "tomar parecer" empleadas por los autores citados, encontramos ya el espíritu bidireccional del concepto comunicar, en donde ninguno participa solo, sino ambos actores participan como emisores y perceptores a la vez.

Según Schramm (1,964:12) "la comunicación es la facultad que tienen los seres humanos de intercambiar mutuamente hechos, ideas, conocimientos, opiniones, emociones y experiencias. Es el hecho de entender y hacerse entender".

Para demostrar ésto, Schramm elaboró cinco modelos de la comunicación, los cuales se refieren a la comunicación interpersonal, obtenida entre persona y persona o entre grupos (ver proceso de la comunicación en el presente trabajo).

Schaff (1,983:164), distingue dentro de la comunicación dos hechos fundamentales: la comunicación como transmisión de significados y como transmisión de convicciones.

Dice el autor: "Cuando alguien me comunica por ejemplo, el pensamiento de la omnipotencia divina, entiendo perfectamente lo que quiere decir, aunque no esté de acuerdo con él necesariamente".

La exposición anterior supone, que no basta comprender el significado de las palabras para compartir la convicción de la persona que las pronuncia, puesto que para alcanzar convicciones concordantes comunes, los individuos no sólo tienen que comprender del mismo modo los pensamientos expresados, sino aprobar a la vez el razonamiento

INDICE

	Página
RESUMEN	
INTRODUCCION	1
CAPITULOS	
1. EL FENOMENO DE LA COMUNICACION	5
1.1 Concepto de comunicación	5
1.2 El proceso de la comunicación	8
1.3 Elementos de la comunicación	30
1.4 Procesos formales e informales de la comunicación	33
2. COMUNICACION ALTERNATIVA	37
2.1 Antecedentes	37
2.2 Conceptualización	42
2.3 Campos de acción de la comunicación alternativa	46
2.4 Tres niveles de concebir lo alternativo	48
2.5 Medios de comunicación alternativa	63
2.6 Experiencias acerca de los medios de comunicación alternativa reportadas en Guatemala	68
3. ORIGEN DE LA COLONIA CAROLINGIA Y ORGANIZACION COMUNITARIA	73
3.1 Ubicación y desarrollo histórico de la Colonia Carolingia	73
3.2 Organización comunitaria	77
3.3 Medios de comunicación formal versus medios de comunicación alternativa empleados en Colonia Carolingia	80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93

es cierto la conducen los humanos, es a través de la eficiencia en el funcionamiento de los medios que le sirven de soporte donde se puede determinar cuantitativamente su efecto.

"En la comunicación los mensajes se estructuran en función de una comprensión mutua e intencional. En la información los mensajes se estructuran en función de tiempo y espacio del canal".

Esto refuerza las consideraciones anteriores en cuanto al humanismo agribuible a la comunicación, hecho que coloca de nuevo a la información como un acto humano, pero cuantificable estrictamente. En otras palabras, desajenada del para qué, interesada más en el cuánto es capaz de difundirse.

"La comunicación es un sistema activo y programado biológica y socialmente, por lo que se torna en un sistema abierto, sujeto a los cambios de cada momento histórico y espacio geográfico.

Mientras que la información conlleva un sistema cerrado. Su unidad mínima es el BIT, y éste le confiere la calidad de sistema medible o cuantificable".

Lo expresado en esta cita final, resume todo lo expuesto a dos eventos: un sistema abierto al momento en que vive el hombre cuando se comunica, y otro sistema cerrado pero impuesto por el mismo hombre para medir cantidades de mensajes y cantidades de los medios que los transmiten.

1.2 El proceso de la comunicación

Ya establecidas las diferencias entre información y comunicación, y dado que es esta última la que interesa para los fines de este estudio, a continuación se describe el

	Página
6 La comunicación a partir de la teoría experiencias-estímulos del medio, según Abraham Moles.	18
7 Organización formal en Colonia Carolingia	78

GRAFICAS

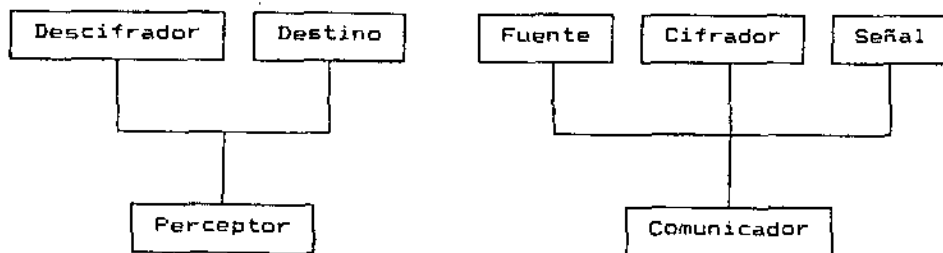
Gráfica	Página
1 Periódicos más leídos en Colonia Carolingia	82
2 Radios más escuchadas en Colonia Carolingia	84
3 Canales de televisión más preferidos.	86
4 Porcentaje de población infantil que mira caricaturas en Colonia Carolingia	82
5 Medios de comunicación alternativa en Colonia Carolingia	89
6 Medios de comunicación alternativa que desearían los vecinos en Colonia Carolingia.	92

para definir el proceso de la comunicación colectiva. Toma como punto de partida el esquema más simple: fuente-mensaje-destino, lo cual significa informar en un sentido y responder o retroalimentar en el otro; proceso dialéctico cuyo resultado es la comunicación misma.

A partir del esquema referido, Schramm elabora su primer modelo para referirse a la comunicación humana interpersonal, en donde se aprecian las funciones de la fuente como comunicador o cifrador; el mensaje-señal emitido; y el destino perceptor-descifrador (ver cuadro 1).

Cuadro 1

Primer modelo de comunicación interpersonal de Schramm



En el segundo modelo del mismo autor, se integra un aspecto más al proceso, el cual será determinante para la elaboración, captación y comprensión del significado del mensaje. Este nuevo elemento es el campo de la experiencia, característica que engloba en particular el área correspondiente a los polos del acto comunicativo: la fuente y el destino, que se entrelazan o se hacen comunes en el momento en que el mensaje emitido por la primera es captado por el segundo (ver figura 1).

RESUMEN

El tipo de investigación descriptiva con trabajo de campo acerca de lo que superficialmente se ha dado en llamar medios de comunicación alternativa, fue abordada en esta oportunidad, a través de la búsqueda de la influencia que "dichos medios" podrían producir en la organización de la colonia Carolingia; supuestamente entendida antes de realizar el presente estudio, como un asentamiento urbano marginal; lleno de precariedades en los órdenes social, económico y cultural.

A pesar de su característica preliminar, la investigación descriptiva aquí conducida, permitió a su autor detectar la existencia de algunos mitos que generalmente se manejan a nivel de corrillos universitarios, círculos intelectuales y la prensa guatemalteca.

Se encontró por ejemplo, que el concepto de comunicación alternativa y por ende los medios que le sirven de soporte hay que estudiarlos desde la perspectiva de las relaciones sociales, comprendidas estas relaciones desde las formas más fuertes y evidentes (los medios, los intereses y acciones de los sectores dominantes) hasta las relaciones cotidianas más comunes.

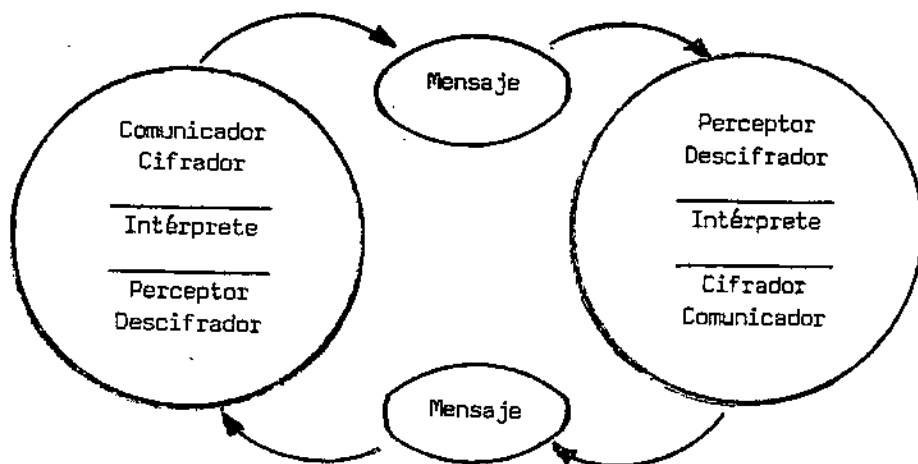
Lo anterior nos indica que la comunicación alternativa no se explica desde la comunicación misma, es decir, las mantas, carteles o pintas sino desde las relaciones sociales alternativas contrarias a todo tipo de autoritarismo.

Se encontró que dentro de estas imágenes falseadas de la realidad o caricaturas del ser como diría Prieto Castillo, se le llama mensaje dominante a todo lo difundido por los medios de comunicación social, y mensajes democráticos a todo lo "opuesto", o sea lo que se divulga en las mantas, carteles, volantes y megáfonos, entre otros, cosa que en la práctica es relativa.

A continuación se puede apreciar un cuarto modelo propuesto por Schramm, en donde se observa que en el diálogo o comunicación entre dos individuos, el papel de comunicador corresponde al primero que emite el mensaje; si el segundo individuo descifra la señal, cumplirá la función de perceptor o descifrador; pero si este mismo responde a su vez al mensaje y es captado y descifrado por el otro, la comunicación se convertirá en un proceso dialéctico, que hará de cada uno de ellos, un comunicador y un perceptor en sí mismos (ver figura 3).

Figura 3

Cuarto modelo de comunicación interpersonal



Schramm presenta un quinto modelo, a través del cual se aprecia cómo se presenta el mismo proceso de la comunicación de retorno o respuesta al mensaje, cuando se experimenta una comunicación consigo mismo. Es aquella, donde ciframos un mensaje y, antes de transmitirlo lo corregimos. Por ejemplo, cuando escribimos algo y le cambiamos de estilo, o cuando se corrigen fallas de ortografía o sintaxis, o cuando modulamos la voz para dar el tono ante un

modelo de diagnóstico de la comunicación con el correspondiente análisis de la formación social, sin tomar partido alguno por las posiciones teóricas e ideológicas planteadas en las fuentes que revisó.

Finalmente, se propone recomendar este tipo de investigaciones en áreas rurales de extrema pobreza comprobada, que sean producto de marginamiento real de los programas gubernamentales y víctimas del conflicto armado interno, con el objeto de examinar fehacientemente el papel que desempeñan los medios de comunicación social y analizar las posibilidades de conducir modelos comunicacionales diferentes a estos.

A su vez, la persona institucionalizada se refiere a los representantes de los órganos de comunicación.

En la comunicación colectiva intervienen un cúmulo de individuos, donde la fuente transmite mensajes en forma masiva, cifrados para un público distante y heterogéneo, que es el destino.

El esquema de la comunicación colectiva que se destaca en seguida muestra el modelo "tuba de Schramm" como modelo tipo de esa forma de comunicación, donde el perceptor selecciona los mensajes que menos esfuerzo le ocasionan para percibir su significado, los que más llaman su atención y más despiertan necesidades de su personalidad, y los que mejor respetan el conjunto de normas de grupo y valores, ya que el receptor es parte de un grupo social determinado (en Interiano 1,986:66), (ver figura 5).

I N T R O D U C C I O N

El presente trabajo de tesis: Los Medios de Comunicación Alternativa y su Influencia en la Colonia Carolingia, constituye el instrumento formal previo a optar el título de licenciado en ciencias de la comunicación en la Escuela del mismo nombre, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A su vez, refleja el resultado de un proceso de investigación de tipo descriptivo, concebido, diseñado y ejecutado desde 1,989 a 1,992, como antecedente eventual a cualquier proyecto comunicacional en un lugar y momento dados; ensayo alcanzado dentro de un marco precario de referencias bibliográficas, conocimientos muy escasos sobre la materia, al extremo que con el presente llega a tres el número de investigaciones que a nivel universitario se realizan en Guatemala.

Sin embargo, la importancia del mismo radica en la serie de expectativas sugeridas a la luz de la teoría de la comunicación alternativa y sus medios respectivos de difundirla, en un contexto que, como Carolingia presupone condiciones socioeconómicas de pobreza extrema y un fermento de posibilidades de adopción de un modelo de comunicación distinto al tradicional: radio, prensa y televisión.

En ese sentido, los objetivos que buscó la actitud investigativa, giraron en torno a la indagación preliminar de la existencia o no de los medios de comunicación alternativa, su influencia, formas o recursos utilizados en ese contexto y, propiciar el surgimiento de hipótesis en futuras investigaciones, producto de elaboraciones con enfoque metodológico diferente.

Las consideraciones anteriores, la realización de trabajos en esa línea de acción en otros asentamientos humanos de esta capital y la posición teórica de algunos autores que proponen el sistema de comunicación alternativa, como "opponente" al sistema de comunicación formal o tradicional; condujeron al suscrito a revisar las experiencias locales

Otro especialista de la comunicación colectiva, Bernard Berelson, concede importancia al análisis de contenido de la comunicación, técnica que sirve para estudiar el contenido manifiesto de aquélla, para lo cual define como contenido al conjunto de significados expresados a través de símbolos verbales, pictóricos, plásticos y mímicos que constituyen la comunicación misma. (En Toussaint 1,986:25).

David K. Berlo toma los elementos de la comunicación de sus colegas funcionalistas Berelson y Schramm y utiliza los términos encodificador y decodificador para referirse al cifrador y descifrador utilizados por este último (ver tercer modelo de Schramm).

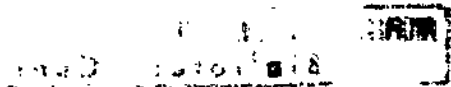
Por su parte, "Paul Lazarsfeld, al caracterizar de manera funcionalista a los medios de comunicación resume dos grandes funciones sociales y una disfunción de los mismos:

- a) Función de conferir prestigio.
- b) Función de reforzar normas sociales.
- c) Disfunción narcotizante (el hombre informado tiende a considerarse participante pero en realidad no actúa, sólo conoce los problemas).

Hasta aquí lo más importante acerca de la posición funcionalista en cuanto al proceso de la comunicación, en donde como se pudo observar todos coinciden con asignar determinada función a los elementos que proponen en sus respectivos modelos, pero que básicamente no hacen sino reafirmar los tres elementos considerados por Aristóteles: Orador-Discurso-Auditorio.

1.2.2 Teoría estructuralista en el proceso de la comunicación

Uno de los exponentes de esta teoría, Abraham Mo-

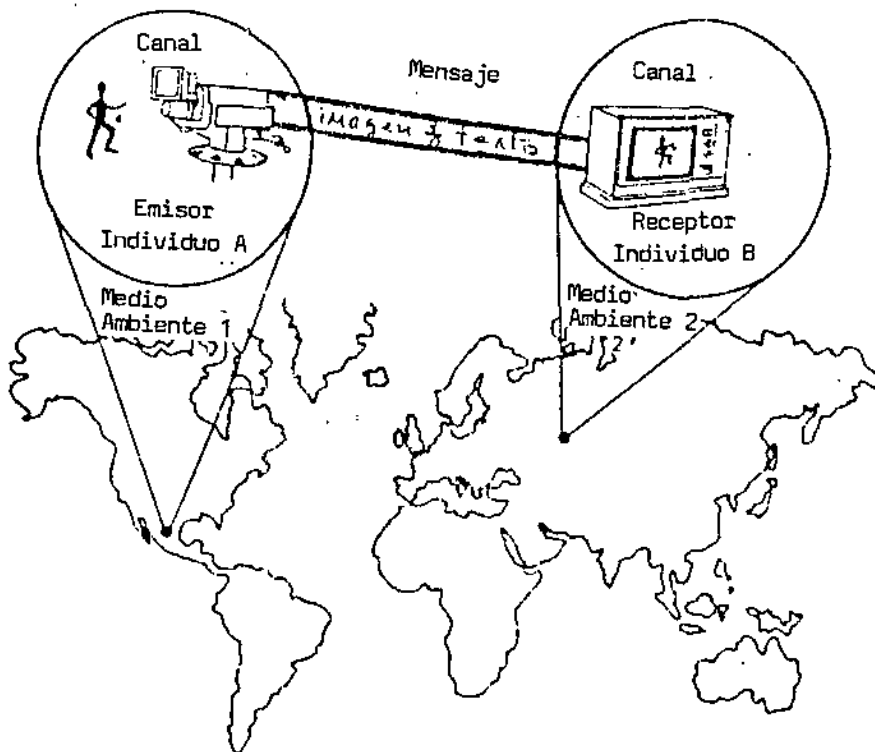


de la infraestructura en la comunidad y se tomaron algunas fotografías para auxiliar la interpretación de las respuestas a la información referida en los instrumentos citados en el anexo de este documento.

En síntesis, se puede advertir como valor principal del presente trabajo, la ampliación del espacio investigativo que sobre esta materia se realiza en Guatemala a nivel universitario. También se le endosa al mismo el hecho de seleccionar otro contexto de la realidad periférica en esta ciudad, y finalmente, que a raíz de las conclusiones alcanzadas se derriba el mito de la influencia de los medios de comunicación alternativa en el desarrollo socioeconómico de sus habitantes, al menos dentro de los límites de la investigación conducida.

Figura 6

La Comunicación a partir de la teoría de Moles



Según esa figura, para Moles los elementos del acto comunicativo son: emisor, receptor, canal y mensaje.

Por su naturaleza, los elementos de la comunicación mencionados pueden ser físicos o naturales, sociales o humanos, y para su estudio, Moles los divide en:

- a) Estímulos materiales o fenómenos de la naturaleza física, es decir, los objetos del mundo natural y,

CAPITULO 1

EL FENOMENO DE LA COMUNICACION

Frecuentemente se utilizan de manera indistinta los términos información y comunicación para designar el mismo acto, aunque ambos posean ciertas diferencias y también algunas similitudes, y lo más importante aún cada uno es generador de su propia teoría, por lo que se puede hablar de una teoría de la información y una teoría de la comunicación propiamente dicha.

La teoría matemática de la información surgió en el seno de las dificultades que atravesaba la ingeniería de telecomunicaciones en 1,928 y partió de las ideas del ingeniero electrónico norteamericano Nyquist, en cuanto a que sugirió la definición para "cantidad de información".

Actualmente, la teoría matemática de la información tiene diferentes aplicaciones: la vida publicitaria, medicina, computación general, la comunicación vía satélite, y muchas más. La unidad de medida es el byt o bit abreviaturas de Binary Digit.

Estrictamente, la información es un flujo de mensajes en una sola vía. Flujo que no espera respuesta, pues es de orden cuantitativo, mientras todo lo contrario sucede con la comunicación, que, como se verá más adelante, necesita de la retroalimentación para completar su proceso; es decir, es de dos vías y eminentemente de orden cualitativo, toda vez que está orientada a la consecución del cambio de actitudes, conductas y comportamientos.

Esto último no le interesa a la información sino únicamente la cantidad de mensajes que es capaz de soportar un medio o canal, en función desde luego, de una meta no menos cuantificable, la meta económica.

1.1 Concepto de comunicación

El verbo comunicar se origina de la alocución "comunicare" que significa poner en común, hacer partícipe a

social, que según Gerhard Maletzke es la traducción exacta del vocablo anglo-americano "Mass-Comunication" -aceptándose desde el punto de vista vormal como- todo aquello que se encuentre al alcance de los medios de información, es decir: prensa, cine, radio y televisión.

También es importante resaltar que, a nivel académico, y dentro de la investigación no anglo-americana, se denomina comunicación colectiva en sustitución de comunicación masiva.

Convencionalmente, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) adoptó el término comunicación colectiva para tipificar la naturaleza de los públicos que tornan hacia los medios de comunicación, por la connotación cultural que tiene la palabra "Masa" (en Alvarado 1,985:27).

Hund D. Wulf, principal exponente de la posición marxista respecto a los medios masivos de comunicación, entiende por comunicación de masas, cualquier forma donde las señales se facilitan públicamente por medios técnicos de difusión indirecta y unilateral a un público disperso (en Toussaint 1,986:76).

Dicho autor define como principales medios masivos la palabra impresa, el disco, el filme, la radio y televisión.

Que sirvan las aclaraciones anteriores para reconocer que se hace uso indistinto de las expresiones comunicación de masas, masiva, colectiva, social, popular y pública. Sin embargo debe entenderse que el fenómeno de la comunicación es explicado desde la corriente teórica y metodológica que poseen sus respectivos autores.

Retomando el tema de la posición marxista en la investigación de los medios masivos de comunicación, se considera a ésta como un hecho social que tiene su origen y

que está detrás de ellos.

Antes de entrar a la esfera del proceso de la comunicación, se resumen a continuación algunas diferencias notables entre comunicación e información, según Interiano (1,987:15-16).

"La comunicación es un proceso de doble vía, en tanto que la información es un flujo de mensajes en una sola dirección". Esto significa que en el proceso comunicativo siempre hay un actor que envía un mensaje y otro que lo recibe, pero a su vez, éste lo envía de retorno para ser recibido por aquel actor. Lo que no sucede en la información, en donde el flujo de mensajes tienen una sola dirección y se ignora el paradero de los mismos.

"La comunicación es un proceso cualitativo, es decir, está orientado siempre a la consecución del cambio de actitudes, conductas y comportamientos; mientras que la información es un proceso cuantitativo, interesado en la cantidad de mensajes que pueda soportar el medio respectivo".

Esta segunda diferencia requiere conducir la cita en el sentido de reconocer que en un proceso de ida y vuelta de los mensajes, va implícita la consecución del cambio de vida en las personas que participan del mismo, de donde se colige que la calidad de los mensajes es fundamental, tanto para quien los envía como para el receptor.

"La comunicación requiere de un acto de retorno o retroalimentación para completar el proceso. La información por su parte, requiere únicamente del buen funcionamiento de fuentes, medios, canales y receptores. No espera retorno".

Esta reflexión permite visualizar que la comunicación entraña un acto puramente humano, medible en función de nuestra práctica diaria, mientras que la información, si bien

En esa dirección, el valor de uso o la capacidad del mensaje por alcanzar educación, instrucción u otra clase de beneficio al consumidor se ve desplazado por los propósitos que el productor de las noticias-mensajes persigue. Sólo con practicar un breve recorrido a través de la prensa escrita, radial y televisada, encontramos la cantidad de mensajes en forma de propaganda y publicidad que saturan los espacios de esos medios y le niegan al público la oportunidad de estar adecuadamente informado, influenciando deliberadamente en su comportamiento o hábitos de vida.

La enajenación así expresada, es sinónimo de "quedar fuera de sí, quedar con la boca abierta, perder la razón, ver visiones, etc.", según el Diccionario Analógico de la Lengua Española.

"El control de la clase dominante -dice Wulf- no se limita al contenido de las noticias (mercancías), sino que adquiere mayor importancia en la manipulación de los medios, donde la intervención consciente de las técnicas de difusión es un acto político llevado a cabo por la misma clase dominante. Dicha manipulación en el proceso de producción de noticias incluye desde la elección del medio, la grabación, el corte, sincronización, hasta la distribución".

En el contexto guatemalteco, la manipulación de la información tanto a nivel privado como estatal es un hecho que se considera como natural, no obstante existe una Ley de Libre Emisión del Pensamiento y se vocifera cotidianamente el derecho a informar y a estar bien informado. A este fenómeno de la información se le llama en el argot político, administrativo y periodístico "desinformación".

Finalmente, Wulf aporta el último postulado:

En la sociedad de clases, la clase dominante, de acuerdo con su capacidad económica, utiliza los medios para transmitir mensajes con la finalidad de conservar y reforzar

proceso de ella, visto desde la óptica de las principales corrientes teóricas que sobre la materia legaron algunos investigadores, cuyo trabajo apenas data de 50 años.

En este sentido, se aclara que para fines meramente didácticos se hace una separación deliberada entre el proceso y los elementos intervinientes en la comunicación.

1.2.1 Teoría funcionalista en el proceso de comunicación

El método funcionalista ha atravesado por diversas etapas hasta nuestros días. En general, los sociólogos más representativos que dieron origen al término "funcionalismo" a fines del siglo XIX fueron: Stuart Mill, Durkheim, Radcliffe-Brown, Malinowski, Sorokin y Robert Merton (en Toussaint 1,986:13).

Según este autor, es a partir del funcionalismo cuando surge por primera vez en la historia de la sociología el estudio de los medios de masas y sus efectos sobre el público. De esa cuenta, se realizan en los Estados Unidos las primeras investigaciones, partiendo de una metodología que tiene su origen en 5 preguntas básicas: ¿Quién dice, qué dice, en qué canal, a quién lo dice, con qué efecto? elaboradas en 1,948 por Harold Laswell.

Para la teoría funcionalista, como requisito en el entendimiento del mecanismo a través del cual se genera la comunicación colectiva, es necesario arrancar de sus elementos esenciales que la integran, conocer sus funciones específicas y relacionarlos entre sí (en Schramm 1,969:105). Esta afirmación coincide con lo apuntado por Aristóteles en su "Retórica" en cuanto a que debemos considerar 3 componentes en el proceso de la comunicación: orador, discurso y auditorio.

El investigador norteamericano Wilbur Schramm (en Toussaint 1,986:18) parte de la comunicación interpersonal

tas formas de pensar que eliminen la conciencia de ser explotado y las facultades y opciones políticas de los individuos, para que la mayoría acepte voluntariamente la situación establecida.

Enzensberger "piensa que el producto de esta industria, que en manos de unos pocos poseedores del capital se orienta al mantenimiento del orden establecido, puede en un momento dado revertirse en contra de los mismos y provocar el cambio social (cuando las masas y la izquierda se organicen y aprecien el potencial de los medios masivos)". Ello, agrega, es posible gracias a la materia con que trabajan dichos medios: cultura, pensamiento y la imaginación humana por un lado, y por otro, sus características técnicas, que convierten a las masas en comunicadores potenciales y creadoras de nuevas formas culturales.

Por último, Enzenberger, al criticar a la televisión como medio que no sirve a la comunicación porque no consienten la acción recíproca entre el emisor y el receptor y reduce la retroalimentación al punto más bajo compatible con el sistema; propone un modelo revolucionario de los medios basado en la negación de los valores establecidos por la cultura burguesa. Dichos medios pueden ser presentados en contraposición a los principios que se oponen (en Fernández 1,986:352).

USO REPRESIVO DE LOS MEDIOS

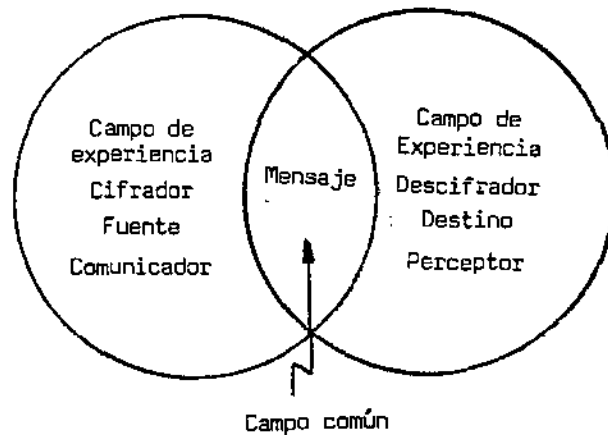
- Programa de control central
- Un transmisor, muchos receptores.

USO EMANCIPADOR DE ELLOS

- Programas descentralizados.
- Cada receptor, un transmisor en potencia.

Figura 1

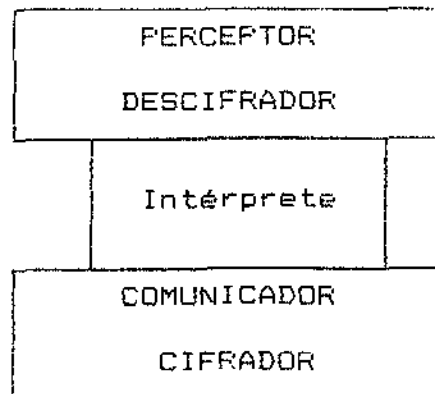
Segundo modelo de comunicación interpersonal



Un tercer modelo de Schramm demuestra que si una persona puede comunicar y recibir comunicados, entonces es comunicador y perceptor en sí mismo (ver figura 2).

Figura 2

Tercer modelo de comunicación interpersonal



ta en los capítulos anteriores, en donde no es posible como ya se dijo también, el establecimiento de una relación de carácter retroalimentativo con los públicos, y por lo tanto, con ello lo que únicamente logran los dueños de los medios de comunicación masiva es colaborar con el sostenimiento del "status quo".

Algo muy importante según Morin, es que la característica de unilateralidad en la producción de los medios se da tanto en los regímenes capitalistas como los socialistas; cuyos objetivos en los primeros es el lucro mediante la venta de diversión y entretenimiento, mientras que en el campo socialista buscan convencer, educar; propagar una ideología mediante la proposición de valores de "alta cultura: charlas científicas, música, obras de teatro clásico y otras".

- Otro postulado de Morin es la "despersonalización del mensaje" la cual se refiere a la producción de los mismos por un equipo de técnicos y burócratas sometidos a presiones económicas, en donde el creador original sólo es un coordinador de las aportaciones del grupo y se pierde por lo tanto el concepto de autonomía.

Este fenómeno, aunque no lo advierta Morin, igualmente al caso anterior debe producirse en los medios de las sociedades capitalistas y socialistas, siempre en una relación lucro-valores.

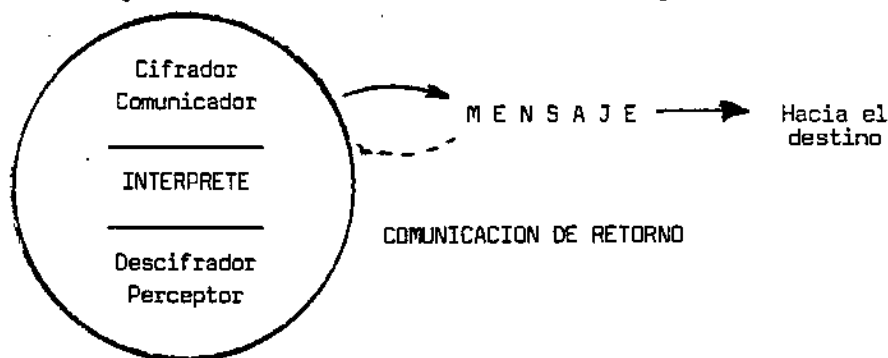
- Finalmente, la expresión máxima de los postulados de dicho autor, lo constituye el cuestionamiento sobre si la cultura de masas es una cultura verdadera o simplemente se trata de una diversión o de un opio para el pueblo.

En este plano, Morin recurre al siguiente análisis concreto:

error de pronunciación (en Toussaint 1,986:22), (ver figura 4).

Figura 4

Quinto modelo de comunicación interpersonal, Schramm



Como ya se dijo, los modelos o esquemas de comunicación presentados por Wilbur Schramm se refieren a una comunicación humana interpersonal o de grupo. En estos modelos, además de dar y recibir información aparece otro aspecto importante: la comunicación de retorno o feed back, o sea la respuesta abierta e inmediata.

Este aspecto básico del retorno no ocurre de igual forma en la comunicación colectiva, donde la respuesta a un mensaje es más limitada por parte de los públicos perceptores.

Lo anterior da paso al estudio de las características del proceso de comunicación colectiva, sobre la base de la comunicación interpersonal.

Para comprender este tema Schramm, define como fuente principal en la comunicación colectiva a los órganos de comunicación o una persona institucionalizada.

siendo bombardeado constantemente por una serie de mensajes que responden a los intereses específicos de quienes poseen los diferentes medios de emisión.

Armand Mattelart

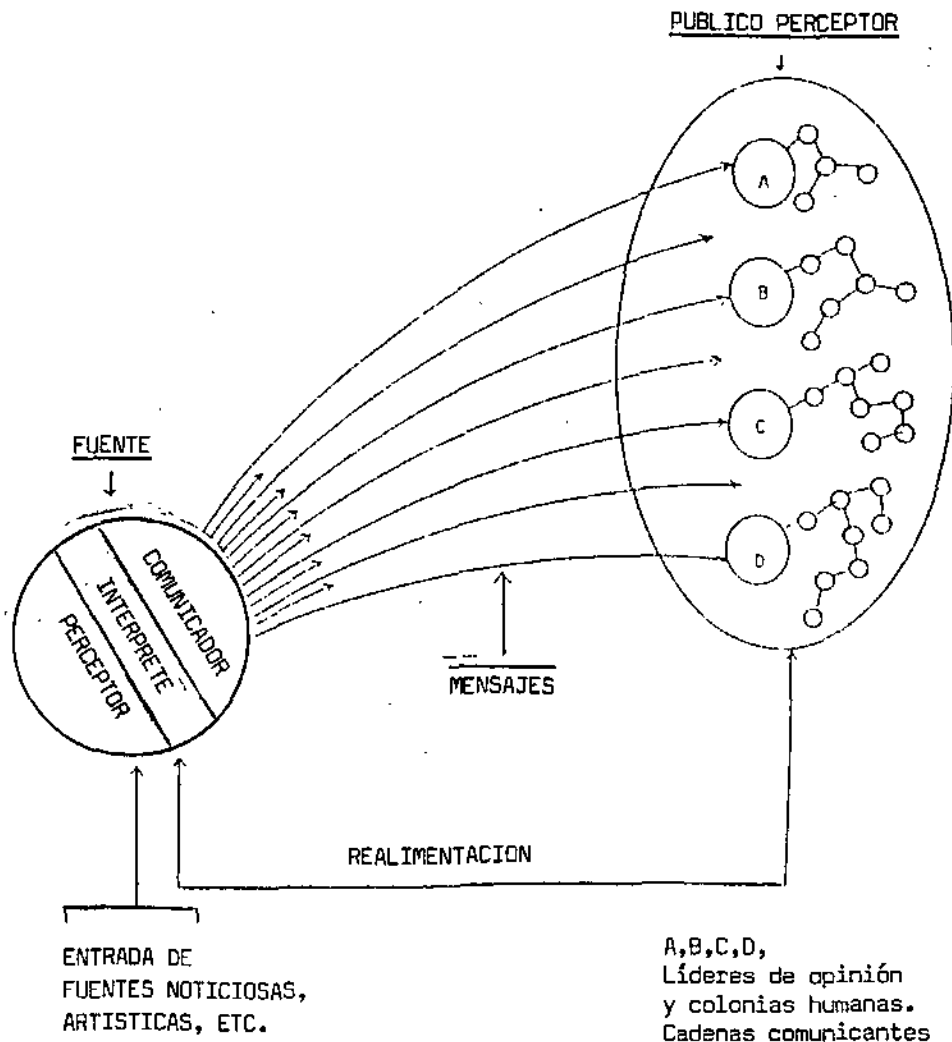
- Este teórico sigue la lógica de la mercancía vista por Wulf, la lleva a través de la fetichización y nos brinda la oportunidad de conocer según su propia concepción vocablos como mito, ideología, fetiche y, finalmente define tres características estratégicas de la comunicación burguesa.
- Toda actividad y todo producto de la sociedad capitalista participan de la lógica de la mercancía. La comunicación es parte de este mundo y sigue su lógica a través de la fetichización, de donde, la comunicación es un proceso fetichizante. En el fetichismo los hombres vivos se vuelven "cosas" y las cosas viven. Ejemplo: en la publicidad, las llantas no son unas zarpas de tigre, y las mujeres las cosas decorativas.

El vocablo fetiche designa a lo que Roland Barthes (estructuralista) llama mito, y la palabra ideología a lo que se llama mitología.

- Así, la ideología es la reserva de signos utilizados por una clase, para imponer la idea de sociedad que conviene a sus intereses. La ideología, al penetrar en las diversas esferas de la actividad individual y colectiva, cimienta y unifica el edificio social.
- La forma de operar del proceso ideológico es silenciar los orígenes del sistema, de tal manera que los individuos puedan vivirlo como un orden natural. El medio de comunicación de masas es un mito en la medida que se le considera como una entidad dotada de autonomía sin relación con la sociedad. Entonces, los medios de comuni-

Figura 5

Modelo de comunicación colectiva o "Tuba de Schramm"



gonistas del proceso social entre dos polos irreconciliables; divide al mundo en dos esferas (los buenos y los malos), y utiliza la justificación del orden, la armonía y la tranquilidad para llamar a la represión".

Para ahondar en la percepción y concientización de los postulados de la visión marxista en cuanto al mundo cotidiano, donde los medios de comunicación constituyen parte del andamiaje jurídico-institucional reproductor de la ideología dominante, se recomienda para finalizar el presente subtítulo la lectura "Para leer Al Pato Donald" (en Dorfman y Mattelart 1,985:1-160).

1.3 Elementos de la comunicación

El clásico esquema de comunicación colectiva, como quedó apuntado, está conformado esencialmente por un comunicador, mensajes, medio o canal y perceptor.

Las funciones de estos elementos también han sido mencionadas en abundancia, al igual que se puede evidenciar una serie de voces sinónimas para nombrarlas, lo que revela el concurso y posición ideológica de sus respectivos autores. De esa cuenta se utilizan los vocablos emisor, cifrador, fuente o transmisor para referirse al comunicador en sí.

El mensaje es utilizado como sinónimo de señal o la comunicación misma, y para nombrar al sujeto que recibe el mensaje se emplean los vocablos receptor o perceptor, descifrador, destino, usuario o destinatario.

En seguida veamos cómo estos elementos aumentan, especialmente en procesos sociales de transformación en donde su contribución es considerada como puntual. Así, nos encontramos ante un contexto, una formación social, marco de referencia y finalmente se le da paso a los códigos sociales selectivos de significado, de relación, complementa-

les, parte de considerar al hombre como individuo profundamente relacionado con su ambiente o estructura social, del cual ha recibido siempre los primeros mensajes comunicativos. (En Moles, Abraham y Zeltman, Claude 1,973:47).

Según Moles, "la comunicación es la acción que permite a un individuo o a un organismo, situado en una época y en un momento dado, participar de las experiencias o estímulos del ambiente de otro individuo o de otro sistema (estructura social), situados en otra época y otro lugar; utilizando los conocimientos que tienen en común".

Para ejemplificar su teoría, Moles supone que si un individuo X vive en determinado país y ve una transmisión de televisión que se emite desde otro continente; el televidente participará del evento transmitido, sintiendo las imágenes proyectadas y a la vez disfrutando de ellas, aunque su estructura social sea diferente.

Para Moles, el individuo X es un sistema determinado en su propio ambiente estructural y convive con otros individuos de otro medio o ambiente estructural también (ver figura 6).

con alguien por medio de cualquier lenguaje, necesitamos conocer el correspondiente código, pues, como dice Prieto (1,985:77), la vida está altamente codificada en cada grupo en tanto que: reglas de cortesía, de alimentación, vestido, de relación con las personas de otro sexo, en las ceremonias, ritos, en la manera de interpretar experiencias propias y ajenas.

Al referirse a este alto grado de codificación de la vida diaria, Interiano (1,987:92), menciona en los párrafos anteriores, que estas "conductas aprobadas, toleradas y prohibidas difieren en cada sector social y en cada entorno cultural; lo que sugiere anotar que los códigos sociales están sujetos a las condiciones socio-económicas y políticas de cada entorno".

Al tenor del presente trabajo, el contexto significa en esta condición el asentamiento o colonia que agrupa a 1,400 familias en condiciones semejantes, y en donde se movilizan tanto emisores como receptores de mensajes de toda naturaleza.

Asimismo, como producto de la predominancia de un modo de producción en ese sentido, en donde las relaciones sociales son de dominantes y dominados, la formación social de Carolingia es capitalista. Y, si a la luz de la teoría de la comunicación los medios e instituciones en general trabajan para reforzar o para transformar los elementos de la vida cotidiana; es en este marco de referencia en donde los habitantes de dicha colonia bregan por la subsistencia diaria, el posesionamiento legal de sus viviendas, en donde se inscriben las relaciones individuales y sociales de los mismos.

Finalmente, resultaría prolijo y fuera del interés de este trabajo hacer un detalle de las clases de códigos sociales que en el contexto Carolingia puedan identificarse. Sin embargo, conviene aclarar que los códigos sociales ya mencionados se dan interrelacionados unos con otros, no química-

- b) Estímulos sociales o signos producidos por otros seres humanos, proporcionados por el contacto con la sociedad, como el lenguaje.

La filosofía de la comunicación para Moles considera que el mundo que nos rodea es una especie de emisor global de mensajes que obedecen a un código: las leyes de la naturaleza.

La comprensión de esta teoría es básica para explicarse la importancia que reviste el lenguaje y particularmente, las distintas modalidades del mismo, que la comunicación por difusión masiva emplea para acaparar la atención de millones de receptores, especialmente en el campo de la propaganda y publicidad.

Umberto Eco, Roland Barthes, Claude Zeltman y Moles constituyen lo más relevante de la actividad estructuralista, pero por salirse del contexto propiamente dicho del proceso de la comunicación, los mencionados a excepción de Moles, únicamente se citan a manera de referencia para estudios más precisos como la Semiótica, Semiología, La Moda, Imagen, etcétera.

1.2.3 Posición marxista en la investigación de los medios masivos de comunicación

Ya que no existe una teoría marxista de la comunicación como en los casos anteriores, se considera la posición marxista en la investigación de los medios masivos como una corriente de dicha teoría; por lo tanto, los puntos de vista existentes para abordar el fenómeno de la comunicación no pretenden elaborar una ciencia de la misma (en Toussaint 1,986:70).

Antes de proseguir con la exposición de la tesis marxista, obsérvese que a este nivel de conocimiento se utiliza la expresión medios masivos en sustitución de comunicación

actividades oficiales que se ejecutan, se conoce con el nombre de organización formal.

Guzmán Valdivia llama comunicación a este relacionamiento o contacto necesario, imprescindible que tienen entre sí las personas. Comunicación que según él, se presenta en dos formas diferentes: comunicación oficial o formal y comunicación extraoficial o informal (en Sánchez 1,988:33-34).

En la práctica ambas formas de comunicación unidas constituyen la verdadera estructura humana o social de las instituciones u organizaciones.

De esa cuenta, se perfila al conjunto de las relaciones que se producen entre las instituciones y los vecinos de la colonia Carolingia como organizaciones formales, cuya forma de comunicación es la oficial o formal, de la cual surgen tres variantes obligadas.

Comunicación vertical descendente o sea la que se origina a partir de los medios de comunicación tradicionales hacia los vecinos.

Comunicación vertical ascendente o proceso inverso al anterior, puramente formal pero no real, y de ahí la expectativa de la comunicación alternativa "para devolverle el habla al pueblo", según Mattelart.

Y finalmente, la comunicación formal de tipo lateral, que se produce en tanto los contactos que guardan entre sí los vecinos o de los mandos mismos que conforman el Comité Central y/o la Asociación de Vecinos de dicha colonia.

Reafirmando un concepto utilizado al comienzo, la comunicación de tipo lateral también se conoce como horizontal.

se desarrolla en la superestructura o sea, en el ámbito de las ideas y las representaciones del mundo, pero que participa también del orden económico y se encuentra históricamente determinado por él.

Por eso, Blausberg, en su diccionario marxista de filosofía define los medios de comunicación como instituciones caracterizadas por el modo de producción en que se dan: capitalista y/o socialista (en Toussaint 1,986:69).

"Lo que estas empresas o instituciones de la comunicación producen es el mensaje, y esa producción vuelve a los medios objeto de análisis particular y las interpretaciones sobre la comunicación se convierten en una parte integrante de la ciencia que estudia a la sociedad".

A continuación se detallan: el mensaje como mercancía, como vehículo ideológico, como generador de cultura de masas; los medios de comunicación como empresas y comunicación-fetichización, cuyos postulados teóricos propuestos por Wulf, Enzensberger, Morin y Mattelart se pueden apreciar a través de los siguientes análisis concretos: (en Toussaint 1,986:68-91).

Hund D. Wulf

"En las sociedades capitalistas donde el consumo ha adquirido un alto grado de desarrollo, donde todo se ha mercantilizado, la noticia no está fuera de ese proceso, sino que se transforma en mercancía, de acuerdo al interés del productor del mensaje en alcanzar un máximo de público, y no de acuerdo al valor del uso del mensaje. Esta mercancía especial que es el mensaje, conlleva claras manifestaciones de enajenación destinadas al público consumidor de parte de la clase dominante (poseedores de los medios de producción y las personas o grupos políticos) que usan para su beneficio los mensajes".

cos: emisor, mensaje, medio y receptor; se le incorporan el contexto, formación social y el código, para lo cual se recurre a la revisión correspondiente de los modelos teóricos propuestos por los especialistas en función de sus posiciones ideológicas.

En ese sentido, se destacaron los nombres de Wilbur Shramm, Abraham Moles y Hund Wulf, desde las perspectivas funcionalistas, estructuralista y marxista respectivamente; sin soslayar desde luego la contribución de Daniel Prieto Castillo, teórico contemporáneo de la comunicación, que critica el modelo tradicional de la misma difundido en nuestros países de América Latina, especialmente en instituciones de desarrollo.

Según las propias palabras de este autor, dicho esquema comunicacional: emisor-mensaje-medio-receptor, reduce la riqueza de una situación de comunicación, ya que no permite leer algo fundamental como es el contexto en que se mueven los emisores y receptores.

Luego, en un intento aproximativo de reproducción del ambiente con el espacio vital del perceptor, se adoptan los conceptos dados a los diferentes elementos de la comunicación, a una situación o contexto -colonia Carolingia- cuya formación social capitalista sirve de escenario a la participación de emisores o medios de comunicación social formales e informales, y los receptores o habitantes de la colonia, que presuntamente se ven invadidos por toda una gama de mensajes prefabricados por la ideología dominante.

Con la premisa básica de que el contexto Carolingia presupone condiciones socioeconómicas de pobreza y un fermento de posibilidades para adoptar un modelo de comunicación colectivo distinto al usual o tradicional; se da paso enseguida a la auscultación sobre el uso o no de los medios de comunicación alternativa partiendo desde luego de la base de su propia teoría.

su situación sobre la clase dominada, la cual mantiene una condición precaria de subsistencia, ya que la situación económica no le permite disponer de los medios masivos y utilizarlos en su beneficio, puesto que carece de una organización consciente que manifieste sus condiciones reales de existencia".

Este aspecto es fundamental tomarlo en cuenta, cuando más adelante se trate el tema de los medios de comunicación alternativa, como antítesis de los medios masivos.

Hans Magnus Enzensberger

"Los medios de comunicación son producto del desarrollo industrial y su creación se explica por la necesidad de este mismo desarrollo, de crear nuevas formas de control de las conciencias y métodos más eficaces para la transmisión de información".

Entre estas nuevas formas de control de la conciencia desfilan desde los satélites de comunicaciones, televisión a color, por cable, videos, cassettes, la técnica laser hasta la publicidad y la recreación (los "nintendos" por ejemplo).

"En torno a la manipulación de la conciencia social, el autor coincide con Wulf en cuanto a que la manipulación quiere decir tratamiento tecnológico de un material dado con una meta particular en mente". Sin embargo, Enzensberger va más allá cuando cuestiona si los medios son o no manipuladores, sino quién los manipula y para qué los manipula; de lo cual se deduce que un proyecto revolucionario no debe eliminar a todos los manipuladores, sino que ha de lograr que cada uno sea un manipulador (en Enzensberger 1,974:26).

Concretamente pues, la "industria de la manipulación de la conciencia" tal como se da en las actuales sociedades es la explotación inmaterial, que se traduce en imponer cier-

ha traducido en las leyes del libre cambismo capitalista. No se trata de otra cosa, sino simplemente de aplicar el principio de la doctrina liberal en el ámbito de la circulación de noticias.

- 2) Este principio de libre flujo de información, o flujo desequilibrado de información/comunicación, ha servido de base al auge espectacular del sector informativo, que ya no solamente abarca el flujo de noticias, sino que configura un vasto abanico de tipo de "productos-mercancías", hechos actualmente "cultura de masas", y que se manifiestan desde las industrias cinematográfica, discográfica, de transmisión, publicidad y marketing, dibujos animados y cómicos, como una industria de exportación a gran escala, la información-comunicación vía satélite, etc.
- 3) Y finalmente, el mundo-ficción que ofrecen las nuevas tecnologías, logrando que la tendencia monopolista de los sistemas de comunicación se concentre cada vez más en lo que se denomina la estructura dominante del poder transnacional. Estructura dominante que tiene implicaciones geopolíticas, económicas y técnicas.

Las nuevas vestimentas de libertad de información y las nuevas tecnologías a que se hace referencia en los incisos 1 y 3 se inscriben dentro de la concepción del fetiche que denuncia Mattelart, en donde el proceso ideológico silencia los orígenes del sistema para imponer la idea de sociedad que conviene a sus intereses.

El inciso 2 responde a la lógica de la mercancía de Wulf y al concepto de enajenación de la clase dominante sobre la clase que no posee los medios masivos a su disposición.

Todo ello, lo que oculta es el hecho de que para

- Inmovilización de individuos aislados.
- Conducta de abstención pasiva respecto al consumo.
- Proceso de despolitización.
- Producción por especialistas.
- Control por propietarios o por burócratas.
- Movilización de las masas.
- Interacción de los participantes, retroalimentación.
- Proceso de aprendizaje político.
- Producción colectiva.
- Control socializado por organizaciones autogestoras.

Como puede apreciarse, el concepto de uso emancipador de los medios refina ya en su seno muchos elementos fundamentales para la teoría de comunicación alternativa mencionada más adelante.

Edgar Morin

- Define la cultura de masas como el producto de una dialéctica entre producción-consumo dentro del seno de otra dialéctica global que es de la sociedad en su totalidad.

Según el autor, los medios de comunicación, una vez emitidos sus mensajes y habiendo afectado a los consumidores de los mismos -el público- se jactan a los cuatro vientos de su ayuda y participación en la promoción de la comunicación entre los hombres; y pregonan el diálogo continuo con éstos; olvidándose que ese diálogo es desigual, equivalente a un diálogo entre un charlatán y un mudo.

Con estos razonamientos el autor reitera y refuerza la tesis de la comunicación vertical de una sola vía descri-

riedad de los medios masivos de comunicación determina los intereses económicos, políticos y sociales que van a defender en el contenido de sus mensajes; medios, en donde la relación entre emisor y receptor es autoritaria y vertical.

Es en este contexto de la dependencia de la comunicación, de su autorización, donde a partir de 1,960 surge en el seno de la política de la nueva izquierda el término "alternativo", como oposición y propuesta al modelo económico capitalista (en Ortega 1,986:43).

"Desde Cuba, Vietnam, China, Checoslovaquia, Córdoba, etc., se formulan nuevos modelos políticos mediados por luchas cruentas y rupturas en el contexto internacional".

"Las potencias hegemónicas re-formulan la expansión del poder y presentan también alternativas. Ejemplo: Alianza para El Progreso, Tratados Bilaterales de Asistencia Recíproca, planteamientos que refuerzan más la dominación pero que en el fondo reconocen la presencia antagónica de naciones y pueblos que buscan el cambio radical de las estructuras".

"Estas alternativas presuponen un nuevo modelo de desarrollo, el cual se espera que sea endógeno, con participación democrática, con distribución equitativa de los bienes y servicios, beneficiosos que partan de una planificación más humana-racional del Estado".

"El aspecto ecológico es planteado como elemento constitutivo de un pueblo, de igual manera se cuestionan y proponen nuevos caminos en el arte, ciencias y religión. La noción de participación pasa del plano abstracto a ser una praxis política; aquí se encontraron algunos problemas para la jerarquización de los niveles de participación y romper posturas ya asumidas vitalmente desde la dominación paternalista dependiente".

"En las primeras etapas del capitalismo el hombre no dispone ni disfruta de tiempo libre (ocio), debido a extenuantes jornadas de doce y dieciocho horas diarias que agotan su esfuerzo, y donde las vacaciones pagadas y los domingos y días obligatorios de descanso no se habían conquistado.

El tiempo restante lo utiliza para sus necesidades más inmediatas como comer y dormir. Así pues -decía Morin- ¿quién que ha trabajado una jornada mayor de doce horas, por ejemplo, puede pensar en la lectura, en ver una película o un partido de fútbol por la televisión?

En esa época -agrega- finales del siglo XIX y principios del XX, sólo los burgueses tienen acceso a la distracción, pero el proletariado, los artesanos y pequeños comerciantes, sólo viven para trabajar.

Se inicia casi simultáneamente -finaliza la cita- la lucha por las reivindicaciones del proletariado organizado, que arranca a la burguesía (propietarios de los medios de producción) prestaciones de carácter social importantes: jornada máxima de ocho horas, un día de descanso obligatorio por semana, vacaciones, horas extras, etc., de las cuales disfrutará también la naciente y pujante clase media.

Es en este momento, cuando el hombre se encuentra repentinamente con tiempo libre a su disposición, cuando surgen los medios masivos de comunicación que tratarán de cubrirlo y llenarlo".

Esencialmente, las horas de tiempo libre, sus horas de ocio, las clases trabajadoras en nuestro medio acuden al cine, ven televisión, se agencian de lecturas diversas, escuchan radio, cassettes, o asisten al teatro con la aparente finalidad de distraerse o educarse; pero según la posición de Edgar Morin, el hombre contemporáneo está

años 70 y principios de los 80, habiendo manifestado una marcada tendencia hacia su desaparición a finales de 1,980.

El NOMIC, concluyó también: puso de manifiesto que existen soluciones posibles para equilibrar las noticias a nivel mundial; y que sigue siendo una posibilidad en el campo de la comunicación para los países subdesarrollados.

Entre los logros concretos atribuidos al NOMIC -concluyó además- fue la creación de tres organismos regionales: Asociación de Sistemas Informativos Nacionales -ASIN-, la Agencia de Servicios Especiales de Información -ALASEI- y la Agencia de Noticias del Caribe -CANA-.

Finalmente, reconoció que los documentos y planteamientos del NOMIC discutidos en la ONU y en el seno de diversas organizaciones en varios países latinoamericanos y del grupo de los No Alineados, no tuvieron trascendencia para Guatemala. Por tal razón, pareciera no tener mayores perspectivas dentro del ámbito nacional.

2.2 Conceptualización

Al tenor de las propuestas hechas por la Comisión McBride, las experiencias al inicio se realizan en pequeños espacios impugnadores al modelo político hegemónico y se da un problema de equivocar el término "alternativo" por la variedad y diseminación de estas experiencias en el campo político.

Se observa un desgaste semántico de lo que constituye lo alternativo. No cualquier experiencia de comunicación con medios alternativos constituye comunicación popular o alternativa. El mismo término dentro del discurso político, se usa desde posiciones ingenuas hasta las más encubridoras (Ortega 1,986:45).

En ese orden: "Un partido político o corriente ideo-

cación pueden ser culpados de fomentar o crear la violencia, la pornografía, etc.

- Las características estratégicas de la comunicación burguesa:

- a) Libertad de prensa

"La defensa de la libertad de prensa es la defensa de la propiedad. Los dueños de los medios defienden sus intereses de propietarios, al abogar por la libertad de prensa".

"La burguesía utiliza lo internacional como factor de convulsión y de solidaridad imperialista".

"La burguesía es incapaz de llevar a sus últimas consecuencias la libertad de prensa. Se contradice la censura y la autocensura".

- b) Objetividad

"El código de la objetividad quiere emparentar el periodismo con la ciencia, haciendo creer que los juicios de valor, la ideología y la lucha de clases no interfieren en la redacción y transmisión de la información".

- c) Autoritarismo

"El medio de comunicación obedece a una dirección; desde un emisor que transmite la ideología del modo de producción capitalista hacia un receptor que constituye una mayoría que no ve reflejada su forma de vida y sus aspiraciones".

- d) Manipulación

"Utilización de un lenguaje que encarcela a los prota-

res, fracasos. Rosichner afirma que el peor problema para un individuo es que lleva el enemigo adentro. Es decir que existen en su conciencia, en su ser, ámbitos oscuros capaces de incidir en su práctica cotidiana (en Prieto 1,985:122).

Concretamente se citan a continuación algunos conceptos de comunicación alternativa descritos por especialistas en esa materia, que con excepción de Armand Mattelart, todos son latinoamericanos.

- Fenómeno caracterizado por un intento de creación dialogada.
(Reyes Matta)
- Formas de comunicación, que son en esencia la antítesis de los medios masivos, y constituyen el gran desafío de nuestro tiempo.
(Armand Mattelart)
- Más que un proyecto comunicativo puramente, es un estado de conciencia y de perspectiva ante la vida, y se concreta en formas de comunicación y contenidos renovadores.
(Granados Chapas)
- Es una posición que se deriva de la relación antagonica con un modelo de desarrollo, el cual genera un sistema de comunicación a su servicio -autoritario-.
(Granados Chapas)
- Un enfrentamiento con lo otro, lo diverso, que no entiende las reglas impuestas por el sistema dominante.
(Granados Chapas)
- Búsqueda permanente de una relación horizontal, de intercambio recíproco entre emisor y receptor de los

rios; todos conocidos como códigos de conducta.

Según Prieto (1,985:71), se ha difundido en nuestros países latinoamericanos, especialmente en instituciones dedicadas al desarrollo, el esquema de comunicación con sus elementos ya indicados. Esto, dice el referido autor, "lleva a reducir la riqueza de una situación de comunicación, ya que no permite leer adecuadamente algo fundamental, el contexto en que se mueven emisores y receptores.

En un sentido amplio, Prieto (1,985:72) considera que el contexto incluye la formación social y el marco de referencia. Entendiéndose por la primera la manera en que en un determinado país se articulan los intereses económicos, políticos e ideológicos, dentro de un modo de producción dominante y de las relaciones sociales de él derivadas.

Respecto al marco de referencia dicho investigador considera que difícilmente se vive con una conciencia clara de lo que ocurre en el límite de la formación social. Lo más inmediato, agrega, constituye un horizonte que se superpone al otro, que a menudo lo oculta en la conciencia y en la conducta diaria. Es este ámbito o marco de referencia inmediato la vida diaria, la vida cotidiana.

Los medios de comunicación y las instituciones en general trabajan para reforzar o transformar los elementos de la vida diaria, marcan el límite por donde pasan los proyectos dedicados a los sectores populares.

Para aludir a las reglas de elaboración y combinación de signos de un lenguaje, en el campo de la comunicación humana se utiliza el concepto de código. En el lenguaje verbal, por ejemplo, las reglas de morfología y sintaxis nos permiten construir palabras, combinándolas en una frase, elaborar textos, etcétera.

De esa cuenta, resulta obvio que, para comunicarnos

como la emisión de mensajes con contenidos renovadores y medios distintos para enviar esos mensajes, sino como una opción de cambio global; estado de conciencia y de perspectiva ante la vida.

Resumidamente, se puede advertir que comunicación alternativa no es simplemente una actitud de "darle palo" a los medios de comunicación y escribir mensajes en mantas, carteles o paredes. No, ésta es una acción evolucionada, producto del acuerdo o consenso democrático entre todos los actores, donde resulta imprescindible que cada individuo en lo particular cuente con conciencia crítica y anti-autoritaria.

Y algo más todavía, la concepción alternativa debe verse como una instancia que no implique para nada la reproducción de las relaciones sociales de producción y comunicación capitalista, es decir, relaciones sociales de productor-consumidor o de dominador-dominado.

Palomo Gonzáles escribe: No puede existir comunicación alternativa sin una respuesta práctica social que la determine y ratifique.

Desde allí dice: desde la organización social y sus luchas, emerge la espiral comunicativa que construye y propone formas renovadas de solidaridad social en lo económico, político y lo cultural (Tesis de Licenciatura).

2.3 Campos de acción de la comunicación alternativa

Al practicar un resumen de los diferentes conceptos vertidos acerca de la comunicación alternativa, se desprende que la misma interviene en el cambio social y de la promoción popular.

mente puros y aislados. Todos funcionan en forma concatenada.

1.4 Procesos formales e informales de la comunicación

Todo proceso o actividad que implique el trabajo de personas en un organismo necesita de un proceso de comunicación.

Ello es aplicable per se, a los grupos de personas que, como el caso de Carolingia, constituyen una organización donde se generan y perciben comunicados, y comunicados en diversos sentidos o direcciones.

Redfiel dice que para mantener la estructura y funcionamiento de todo organismo es indispensable que cierta cantidad de información básica se mueva en tres direcciones: de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, y horizontalmente (en Sánchez 1,988:33).

A nivel de organización, los puestos están ocupados por determinadas personas que se ponen en contacto para coordinar sus actividades en sus respectivas calidades de jefes, directores, gerentes, supervisores, técnicos y mandos bajos.

De esta manera es posible distinguir varias cosas:

- a) El conjunto de las relaciones teóricas y abstractas que existen entre los puestos; constituyen lo que se conoce con el nombre de organización.
- b) El conjunto de las relaciones que existen entre las personas que ocupan tales puestos se conoce como organización social.
- c) El conjunto de las relaciones humanas que se establecen entre las personas por motivos diferentes de las

clase marginal urbana al centrar su atención en el problema de la vivienda y condiciones del barrio; y al campesino en programas de producción, hábitos y necesidades (luz eléctrica, lavaderos, etc.), desviando al primero de la reivindicación en el centro de trabajo, y al segundo de la lucha por la obtención de la tierra.

- c) Propiciar nuevas tendencias de expansión industrial al organizar el consumo.

Observemos que los conceptos promoción humana y/o desarrollo comunitario actúan como fetiches del sistema capitalista al imponer la idea de la organización en comités "pro-mejoramiento" para distraerles la atención de problemas más puntuales como la reivindicación del salario y la obtención de la tierra.

Para comprender mejor en la práctica cuáles son las acciones alternativas en el ámbito comunicacional propuestas para el contexto de América Latina, Africa y Asia, a continuación se desarrolla el tema: niveles de concebir lo alternativo.

2.4 Tres niveles de concebir lo alternativo

Marcelino Bisbal, citado por Díaz Rangel (1,987:121-133), expone: "Es ya un hecho establecido que la actividad del imperialismo no se limita a los dominios políticos y económicos, sino que abarca también zonas sociales y culturales, imponiendo así una dominación ideológica extranjera en los pueblos del mundo en desarrollo". Declaración en la IV Cumbre de Jefes de Estado de los Países No-Alineados (Argelia 1,973).

Frente a este hecho -agrega Bisbal- los países del Tercer Mundo, en el decenio de los años setenta y lo que va de los ochenta, han planteado y siguen planteando alternativas distintas a las que hemos visto. Plantear alternati-

Asimismo, aparte de todo proceso formal de comunicación en esa colonia, se produce de hecho, como en todas las organizaciones y comunidades la comunicación extraoficial o informal, la que se da entre los vecinos, entre dos o más personas; denominada viñedo, que consiste en chismes, rumores e informaciones tergiversadas.

En la vida cotidiana de Carolingia, puede asumirse que se produce la organización formal desde el punto de vista dual siguiente:

Un Comité Central de Vecinos, una Asociación de Vecinos y La estructura de base, conformada por más de 1,400 familias.

En ambas partes se genera la comunicación formal con las variantes enumeradas: vertical descendente, ascendente y lateral.

En su relación con las instituciones y medios de comunicación tradicionales, básicamente opera el modelo de comunicación formal descendente, condición ésta que reafirma uno de los supuestos teóricos de la investigación, en el sentido que la relación entre el emisor y el receptor es vertical y autoritaria, donde los mensajes sugieren, insinúan e imponen actitudes y conductas pero esquivan la participación de los usuarios o receptores.

A manera de resumen del presente capítulo, encontramos que el fenómeno de la comunicación visto desde la perspectiva didáctica, planteo la necesidad de trazar una línea divisoria entre los conceptos información y comunicación propiamente dichos; los cuales, según quedó apuntado, poseen ciertas diferencias y similitudes, pero cada uno es generador de su propia teoría.

También, para aludir a la comunicación como un proceso o mecanismo en el que intervienen los elementos clási-

- a) Favorecer la "autodependencia" desarrollando los sistemas nacionales de comunicación, mediante:
- Definir los objetivos generales o particulares (según las recomendaciones 1,2,3,4,5,18,36 y 79).
 - Elaborar políticas de comunicación (Rec. 1,2,18, 36 y 79).
 - Desarrollar los medios de comunicación (Rec. 5,6, 7,8,9,12,13).
 - Poner de relieve otras formas de comunicación (Rec. 7,14,16,17).
 - Dominar las opciones tecnológicas (Rec. 24,25,26, 27).
 - Facilitar el financiamiento de esas actividades (Rec. 11,18).
- b) Sobre la "llamada democratización de las comunicaciones"
- Elaborar y aplicar un "derecho a la comunicación" (Rec. 54).
 - Eliminar los obstáculos a la libertad de información (Rec. 55,56,57,60,61,65).
 - Favorecer la participación de los usuarios (Rec. 22 y 29).
 - Integrar en mayor medida la comunicación en el desarrollo (Rec. 1,11,22,23).
- c) Sobre el contenido de la comunicación desde el punto de vista de su función social:

CAPITULO 2

COMUNICACION ALTERNATIVA

2.1 Antecedentes

Al revisar lo consignado por los exponentes de la posición marxista en la investigación de los medios de comunicación masiva (subtítulo 1.2.3), se observa un común denominador en cuanto a juzgar a los "mass media" como industria cultural que se apropia de los valores culturales ajenos en su propio beneficio, y persigue una conciencia social que los considere como factores de alienación ideológica.

El hombre está alienado -dice Marcelino Bisbal- porque está reducido cada vez más a consentir las orientaciones sociales y culturales de su sociedad, las cuales son decretadas por la clase dirigente, que mantiene su dominio por la detención del saber (en Díaz 1,987:114).

Esta forma de dominación -agrega- al referirse a la dominación social, que implica para la gran masa lo que podría llamarse una participación dependiente, es desatada en 1,944, al final de la Segunda Guerra Mundial, en los Estados Unidos por las grandes compañías transnacionales que se aseguran el control de la economía mundial.

Este proceso de empuje económico-social que se traduce en una configuración monopólica del poder transnacional, se caracteriza por el apareamiento de las siguientes etapas -según la cita anterior-.

- 1) El control del flujo internacional de noticias.

Primero fue el dominio europeo, y luego vino el desplazamiento de éste por el estadounidense. Este control internacional fue arropado por el principio de la libertad de información, pero en definitiva siempre se

to y fomento de las grandes causas de la humanidad (Rec. 52,53,80,81,82).

- Formación específica del profesional (Rec. 40,46,47).
- Condición social, normas profesionales y protección a los periodistas (Rec. 52).
- Asociar más estrechamente a los profesionales de la comunicación con las investigaciones que hayan de efectuar (Rec. 54,62 y 74).

"Dentro de este mismo marco de trabajo alternativo, los esfuerzos por crear y potenciar agencias noticiosas propias en el ámbito del Tercer Mundo, y más concreta en el ámbito regional de América Latina constituye líneas alternativas Válidas y nada despreciables".

Según Bisbal (1,987:124), lo macro-comunicacional no se agota con lo ya expuesto. Falta del tema del control social de las comunicaciones, el cual debe ser ejercido -por propia definición- por el Estado. En ese orden el control social de las comunicaciones por parte del Estado nos remite inmediatamente al tema de las políticas de comunicación como sinónimo de control social, frente a unos medios de difusión masiva virtualmente monopolizados.

Para el autor en mención, el Control Social se justifica aun dentro de las condiciones sociopolíticas actuales, porque toda modificación o control de las comunicaciones se revierte en una modificación o control de la sociedad. Es más, este tipo de política es una forma de garantizar una genuina democracia, y deberá estar acompañada con la definición de políticas culturales tendientes a evitar la censura y para desarrollar la participación democrática de la población.

"Toda política comunicacional-cultural como la ex-

1,982, la industria de las computadoras se convirtió en el tercer sector económico mundial, después de la energía y el transporte. La informática -procesamiento de datos y transmisiones por medios electrónicos se emplean desde las transacciones financieras hasta en la medición del clima, información policial y las reservaciones aéreas.

Esta revolución tecnológica asume en el campo de la información tendencias inquietantes para los países del Tercer Mundo, pues alrededor del 85% de la producción mundial de computadoras está en manos de diez compañías occidentales y la IBM provee casi el 50% de éstas, para no citar más datos y cifras que den testimonio de la brecha existente entre el Norte y el Sur (en Díaz 1,987:116).

Juan Somavía (en Díaz 1,987:118), considera que actualmente, la dominación transaccional puede agruparse en tres categorías o dimensiones:

- 1) Dimensión economía/industria/comercio/finanzas.
- 2) Dimensión información/comunicación/publicidad/cultura.
- 3) Dimensión política/militar/servicios de inteligencia.

Es de la dimensión información/comunicación/publicidad/cultura, donde surge el planteamiento de que la información es poder. Y es poder la información porque resulta ser alimento necesario para el desenvolvimiento de las otras dos dimensiones, y porque la información económica es poder económico, ya que la habilidad de almacenar y procesar ciertos tipos de datos puede dar a un país ventajas políticas y tecnológicas frente a otros países: lo que da por resultado, a su vez, una pérdida de soberanía nacional a través de flujos de datos supranacionales.

Las consideraciones anteriores no hacen sino avalar la tesis de Mattelart (1,972:83-86), en el sentido de que la pro-

lidad política.

La realidad del NOMIC en Guatemala denunciada por Yucuté (1,992), pone en evidencia que lo alternativo en lo macro-comunicacional se agotó desde el mismo instante en que fue pensado, pues desde el seno de una sociedad política imbricada en todo el desajuste estructural vigente, es muy poco o casi nada lo que se puede hacer.

Esto último, no equivale a descalificar "a priori" toda iniciativa que contribuya con la búsqueda de un nuevo espacio de vida para el hombre, sino situarla en su contexto, al menos el guatemalteco.

De todas maneras, el concepto de comunicación de la presente investigación se inserta dentro de los conceptos enunciados en el subcapítulo 2.2, pertenecientes a pensadores latinoamericanos y europeos que abrazan esta postulación.

2) El nivel meso-comunicacional

Este nivel está situado entre las formas peculiares del nivel micro-comunicacional y las características de los macro-comunicacional, según Bisbal (en Díaz 1,987:126).

El nivel meso, participa de los otros dos y se circunscribe más al ámbito de lo local-regional en el interior de un mismo país. A su vez, puede estar enmarcado dentro de un área de actividad específica y/o institucional-gremial/sindical-político.

Para formarse la idea de lo alternativo en este sitio véase el siguiente párrafo que textualmente dice: "Las características de los medios ubicados en este nivel podrían configurarse por un tiraje reducido o en cada edición o área de cobertura reducida en el caso de los medios radioeléctricos; repercusión-influencia reducida también; ausencia

"Varias colonias europeas logran independizarse. Pueblos de América Latina, Africa, Asia recuperan su historia y encuentran lazos de unidad. Cada vez la presencia de las naciones jóvenes y pobres ganan espacio y voz en los foros internacionales. La lucha contra Vietnam logra niveles internacionales de solidaridad y protesta".

"Llegamos así a encontrar en estas dos últimas décadas, nuevos caminos en la ciencia de la economía, física, filosofía, antropología, medicina, artes, política, etc. En 1,974, en el seno de las Naciones Unidas se plantea un nuevo orden internacional económico, apoyado desde las naciones denominadas del Tercer Mundo (pobres) o en vías de desarrollo (subdesarrollados). Este planteamiento se extiende a casi todos los sectores de la política nacional e internacional; así en 1,976 en la reunión de los países no alineados (Cancún, México) se propone el nuevo orden internacional de la información y comunicación -NOMIC-".

"El NOMIC se constituía como una necesidad instrumental para viabilizar el nuevo orden internacional de la economía. Estados Unidos y los países de Europa ven este proyecto como un nuevo atentado al libre flujo de la información, y por ende contra la democracia".

En diciembre de 1,977, la Comisión McBride termina el documento y en 1,980 entrega a la UNESCO el informe final: "Un solo mundo: voces múltiples".

Un total de 82 recomendaciones que dan cuerpo y contenido al documento del "Informe McBride" constituyen la parte medular en el presente capítulo para comprender cuáles son las alternativas de la comunicación en su desafío con el orden imperante.

Para finalizar, cabe agregar que según Yucuté (1,992: 93-95), el nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación -NOMIC- tuvo su mayor auge a mediados de los

nicación, quienes deberán armarse anímica e intelectualmente ante el desafío de las acciones alternativas; tomando en cuenta su papel de orientadores en el proceso, de facilitadores para que las organizaciones a todo nivel identifiquen ellos mismos sus problemas y seleccionen las alternativas que más convengan a sus expectativas individuales, familiares y de grupo.

La mística de servicio en el profesional de la comunicación, requiere el convencimiento de que no es lo mismo desempeñar el papel de empleado de la burocracia estatal, en donde a través de la alienación y el automatismo de los "usuarios del servicio técnico" se reproducen las relaciones sociales de producción imperante; que servir de guía o luz "agente de cambio" o "asistente social" como diría Paulo Freire, a los campesinos, obreros, estudiantes, lo que demanda un esfuerzo de "concientización" que, bien realizado permite a los individuos apropiarse críticamente de la posición que ocupan, con los demás, con el mundo (en Freire 1,978: 39).

Además, su papel de profesional de la comunicación incita a participar a nivel multidisciplinario (con psicólogos, economistas, filósofos, abogados, etc.), situaciones que exigirán del comunicador la percepción, concepción y evaluación de la realidad que en su práctica diaria comparten los integrantes de un grupo, es decir: la vida cotidiana según Prieto (1,985:311-313).

Para el profesional de la comunicación es muy importante estar a la altura de discernir por ejemplo lo que implica las perspectivas de evolución tecnológica, toda vez, que la tecnología en sí misma raras veces es neutral, y su empleo mucho menos; puesto que el imperialismo encuentra en las nuevas tecnologías una estructura y una ocasión para acrecentar su poderío, independientemente del valor de uso de las mismas.

lógica se denominan "alternativos" por simple oposición verbal a otro modelo político. El discurso desde sectores que desean mantener su dominio, juega con categorías bipolares. Una primera situación que manejan es la de presentar al país en un estado caótico y al borde de la degradación moral y ellos presentarse como "alternativa", la solución".

Según Prieto (1,985:118-124), el término alternativo visto desde la óptica de los párrafos anteriores se toca con superficialidad y absolutismo porque la comunicación alternativa -dice- no se explica desde la comunicación misma sino desde las relaciones sociales de producción, que particularmente en Guatemala generan el 67% de pobreza extrema (lo subrayado es del autor de esta tesis).

La comunicación alternativa debe ser entendida -continúa la cita- en conexión con la ruptura del autoritarismo, cuya clave está en la vida cotidiana. "Una estructura de la vida cotidiana, pensada en términos individuales, interpersonales y grupales; toda vez que en comunicación el autoritarismo significa la imposición de concepciones y evaluaciones, la reducción de seres y situaciones a estereotipos, la frustración de cualquier forma de expresión individual o grupal, la negación de lo que cada quien puede desarrollar y reconocer en sí mismo y en su relación con los demás".

En esta línea del pensamiento, se colige que el desconocimiento de esta base conceptual limita cualquier intento de ser portavoz o asesor de comunicación de una comunidad o un pueblo que ha vivido siempre al margen de los recursos y condiciones que les permita considerarse así mismos, seres con valor y posibilidades de participar directamente en las distintas áreas de la vida de su nación.

Desde el plano individual, tampoco puede participar de dicho intento aquella persona que asume actitudes dictatoras o autoritarias en el seno de su familia, toda vez que esa mala comunicación conlleva frustraciones, obsesiones, temo-

Agrícolas de Guatemala -FEDECOAG-.

La "Carta Cooperativa" del Centro de Estudios Cooperativos -CENDEC- en Chimaltenango.

En el marco de 131 cooperativas de diferentes tipos que existen en Alta y Baja Verapaz, al norte de Guatemala se determinó conjuntamente con los interesados la creación de un Comité de Educación en el seno de esas organizaciones, como medio alternativo para combatir el analfabetismo (75%), que afecta el proceso de enseñanza aprendizaje en materia de organización y administración cooperativa (en Marín 1,992:1-90).

Asimismo, "La Sociedad para el Desarrollo Integral de la Familia Guatemalteca -SODIFAG- constituida como organización no gubernamental, laica y sin fines de lucro se dedica a la formulación y desarrollo de programas de apoyo a la población guatemalteca, cuyos fines son la búsqueda del bienestar integral en forma participativa.

El programa fundamental de SODIFAG es impulsar la autoayuda en apoyo a los niños y niñas trabajadores de Guatemala; mediante proyectos de niños y niñas educadores; cooperativismo que aglutina a niños que trabajan en artes gráficas, producción de telares, venta de frutas y verduras, e infinidad de servicios diversos.

Esta organización tiene sus ámbitos de operación en 13 departamentos y alrededor de 90 comunidades a través del programa educativo rural, donde se realizan los programas de educación en idiomas mayas y otro de educación de adultos para frenar el analfabetismo.

Las acciones de la niñez de SODIFAG son divulgadas a través de sus medios de comunicación alternativa siguientes, en donde juega un papel muy importante un equipo multidisciplinario de personas adultas, coordinadas por un profe-

mensajes en las comunidades marginales del contexto capitalista.

(Granados Chapas)

- Proyecto que postula oposición al dominio que generan e imponen las compañías transnacionales.

(Granados Chapas)

- La comunicación alternativa es un espacio de oposición política, y no la simple utilización de medios alternativos antagónicos a los "mass media".

(Milton Ortega)

- Interrelación dialógica, lo que implica un modelo cuya morfología relacional es la igualdad de intervención de los participantes, lo que significa de algún modo, de enfrentamiento con los modos de difusión dominante de tipo manipulativo.

(Oswaldo Capriles)

- Toda reducción del autoritarismo, por humilde que sea, en sus instancias individuales, interpersonales y grupales.

(D. Prieto)

A la luz del análisis de los conceptos anteriores, es evidente que todos sus autores apelan por un modelo de comunicación opuesto, contrario, como "otra opción" para alcanzar objetivos de superación en los distintos planos de la vida cotidiana (organización, educación, capacitación, participación, etc.), tanto a nivel individual, interpersonal o grupal.

También, a la altura de este capítulo ya se vislumbra la concepción de la comunicación alternativa, no solamente

de la comunicación alternativa y sus fines se tiene el surgimiento de medios de comunicación alternativa, por la necesidad de un grupo que busca expresarse dentro de la estructura social. En el caso de Guatemala, dice la autora, este tema se estudia como comunicación micro-alternativa, que surge de la necesidad de un sector marginal de la población de comunicarse y organizarse para resolver problemas de interés para su comunidad.

Dentro de estas concepciones, los sectores marginales estudiados por ella en cinco asentamientos y el correspondiente a la colonia Carolingia, estudiado en esta tesis, practican la comunicación micro-alternativa como medio de informarse dentro de sus comunidades.

A su vez, la misma autora define que "puede entenderse como comunicación microalternativa la que se desarrolla en los sectores populares de esta capital" particularmente en los asentamientos marginales, en donde la situación económica y de servicios básicos de los habitantes es muy precaria.

El fenómeno de la marginalidad según la CEPAL, se asocia con la insuficiencia dinámica del desarrollo y es el resultado de factores de expulsión y de atracción, en una relación a la que llaman centro-periferia, entre el campo y la ciudad (en Palomo 1,989:8).

Tanto a nivel meso-comunicacional como el micro nivel se debe tomar en cuenta, y esto es muy importante definirlo desde aquí, que la comunicación social reviste múltiples formas según la UNESCO (1,978:26). Estas formas interpersonales como la palabra, el cuentista, el pregonero por ejemplo, constituyen las formas primarias o tradicionales de comunicación humana, hasta llegar a las formas institucionalizadas que recurren a los medios de comunicación como radios locales, periódicos de comunidades, cassettes de magnetófonos y magnetoscopio, periódicos rurales etc.

Comunicación alternativa y cambio social:

La expresión de un movimiento y de organizaciones sociales que postulan las transformaciones de la sociedad en procesos de democratización en todos los ámbitos es un trayecto de búsqueda permanente, dentro de las condiciones del sistema imperante, para crear un espacio y formas que permitan abrir oportunidad para la comunicación alternativa y su propuesta social revitalizadora.

En este orden, emergen tres campos concretos de acción:

- a) Buscar oportunidades de una presencia para el mensaje alternativo dentro de los medios existentes.
- b) Crear medios y alternativas, y
- c) Crear las condiciones para un consumo crítico de condicionamientos y mensajes que la estructura dominante entrega.

Comunicación alternativa y promoción popular:

Según Palomo (1,989:26), uno de los fines de la comunicación alternativa es buscar la organización del sector popular de una sociedad que busca el bienestar, a través de la creación de sus propios medios sin utilizar los recursos existentes en el sistema dominante, en tanto que la promoción humana, llamada también desarrollo comunitario busca a grandes rasgos:

- a) Neutralizar políticamente a amplios sectores sociales; a los urbanos organizándolos por vecindarios o barrios, y a los campesinos en Comités pro-mejoramiento de cualquier actividad colateral.
- b) Neutralizar políticamente el naciente proletariado o

cuándo a una forma de comunicación se le atribuye la caracterización de medio de comunicación alternativa. Sin embargo, autores como Molina (1,980:15) efectúa los siguientes planteamientos, sin aclarar exactamente cuáles fueron las causas de su razonamiento:

Por ejemplo:

- 1) Se debe tomar en cuenta que pueden producirse mensajes alternativos entre los medios tradicionales.

Quizás se refería el autor a los campos pagados que las organizaciones populares publican en momentos coyunturales por la radio, prensa y televisión.

También cabe la posibilidad que su enfoque quizás lo quizo conducir hacia el hecho de que en la práctica existen las radios "ciudadanas" o "populares", los periódicos, cassettes, etc., que originalmente pertenecen a la industria capitalista pero que en la actualidad constituyen formas alternativas de comunicación.

- 2) Es posible que los medios alternativos contengan mensajes que no lo sean.

En este caso, la controversia puede radicar que en la práctica diaria, cuando a todo se le llama alternativa realmente se emplean formas alternativas más modestas: mantas, carteles, pintas pero que sus mensajes no sean necesariamente revolucionarios, contrarios a la reproducción de las costumbres del sistema imperante; sino más bien obedecen a consignas reformistas con fachada de comunicados alternativos vistos desde la óptica de lo ya expuesto en esta tesis.

Así las cosas: también es muy corriente apreciar mensajes burgueses en formas alternativas como las mantas: Meta Cerveza Gallo, Adquiera hoy mismo su

vas -agrega- supone formularse y responder a una serie de interrogantes, entre las que sobresalen por su prioridad de respuesta estas dos: ¿alternativa, a qué? y ¿qué es lo "otro" alterno?

Desde esta perspectiva, el autor citado describe las caras más relevantes de lo alternativo en el campo de la comunicación así:

El nivel macro-comunicacional
El nivel de lo meso-comunicacional y
El nivel de lo micro-comunicacional.

1) El nivel macro-comunicacional

Este nivel de concebir lo macro-comunicacional alternativo es demasiado grande e inimaginable según la versión de Bisbal, citado anteriormente, pues sus acciones se realizan dentro del marco mundial de las comunicaciones y en el marco nacional de las mismas, como proyectos que postulan opción al dominio avasallador de la comunicación transnacional y que adquieren características antagónicas a esta última.

Palomo (1,989:21) dice que este nivel "macro-alternativo" de la comunicación actúa en las compañías transnacionales, en los grandes espacios regionales mundiales.

En este rumbo, el planteamiento de un Nuevo Orden Informativo Internacional -NOMIC- como alternativa al actual flujo de información/comunicación, que se traduce en un flujo desequilibrado de esa información/comunicación contenido en el llamado "Informe McBride" (1,980) cuestiona públicamente el actual orden comunicacional vigente.

Es así, que el conjunto de las 82 Recomendaciones del referido informe, trata de dar alternativas a los siguientes problemas, los cuales se sintetizan a continuación (sic):

tiene importancia específica para fines de comunicación rural es que la investigación-acción pretende elevar el nivel de conciencia política, económica y social de la población rural, para oponerse a la explotación económica en sus distintas manifestaciones.

Otra experiencia alternativa en México es un ensayo concentrado en los procesos que se están presentando en la base misma de las estructuras sociales, desde donde se intenta promover opciones de cambio mediante la comunicación colectiva. Se refiere también a los espacios y formas de respuesta que estos movimientos suscitan en las superestructuras.

En Venezuela, como en todos los países de América Latina, se iniciaron a partir de 1,970 experimentos con pretensión alternativa en diversos momentos y ambientes. Resultó interesante la proliferación de órganos periódicos impresos de barrios o zonas urbanas, dedicados a temas específicos y a la defensa de los intereses de sus habitantes.

En Bolivia, la experiencia alternativa ha sido a través de las radios mineras. La existencia y acción de estas radios mineras llevan tres décadas de vigencia inserta plenamente en el contexto histórico nacional, donde este sector de la clase obrera ocupa un lugar preeminente.

En República Dominicana, la experiencia alternativa se vivió en un programa para mujeres campesinas, dedicado estrictamente al servicio de sus problemas y necesidades, con una duración diaria de tres horas por la mañana.

Dicho programa se realizó a través de radio "Enriquillo", cuya tarea es apoyar los trabajos educativos de la zona, a partir de un concepto renovado en materia de comunicación masiva, en donde su propuesta alternativa se apoya en la búsqueda permanente de una relación horizontal, de intercambio recíproco entre emisor y receptor.

- La educación y el desarrollo (Rec. 15,25,31).
 - Un acceso más abierto a la información científica y tecnológica (Rec. 34,35,36,38).
 - Referencia a la influencia de la publicidad y de las preocupaciones comerciales sobre la comunicación (Rec. 30,31,33,57).
 - El fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacional (79,80).
- d) Acerca de la actitud de los Estados Miembros frente a los profesionales de la comunicación:
- Elevar y precisar la categoría social de los periodistas, habida cuenta de su importancia social (Rec. 39,41,42,43,45,47,48).
 - Examinar las normas profesionales y las condiciones de trabajo de los periodistas (Rec. 42 y 49).
 - Garantizar la protección de los periodistas (Rec. 40,46,47,80).
- e) Respecto al fortalecimiento de la cooperación internacional: (Rec. 67,69,70,71 y 72).
- f) Respecto a las comunidades nacionales, a los profesionales y a los órganos de información:
- A la democratización de la comunicación y su integración en el desarrollo (Rec. 55,57,59,60,61,63,64).
 - Respecto a los derechos humanos y al conocimiento

te país una de las formas alternativas de la prensa no mercantil, la sindical, con medio millón de publicaciones.

La prensa "Nanica" o alternativa para los brasileños debe reunir las siguientes características:

Tiraje reducido en cada edición.

Repercusión reducida (debido al ámbito donde es editada).

Falta de esquema empresarial con trabajo semiartesanal en la mayoría de los órganos.

Ausencia de soporte financiero, caracterizado por la ausencia de anuncios comerciales.

Elevado número de personas integran los órganos de dirección, administración y redacción.

Los órganos de la prensa alternativa sustentan su supervivencia en los factores de análisis, crítica y denuncia.

En Costa Rica existen emisoras culturales al servicio de la comunidad rural. En la actualidad, son doce pequeñas emisoras culturales las que funcionan como parte del Convenio de Cooperación Cultural entre el Principado de Liechtenstein y el gobierno de Costa Rica, que en 1,979 se puso en marcha, por medio del Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica (ICER).

Estas emisoras cumplen con las funciones de entretener, educar y actualizar a los habitantes rurales, además que preservan las tradiciones y cultura autóctona regional.

Con estas emisoras se busca además la comunicación horizontal en donde la relación de los radios con los oyentes se represente mediante una activa participación de la comunidad en la administración, propiedad y decisión de la

puesta puede calificarse como una alternativa viable".

En su tesis "Las Agencias de Prensa en Guatemala y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación", Yucuté (1992:95) también concluyó que no existe ninguna relación en Guatemala entre las agencias de prensa de este país y el NOMIC, y que éste, hasta el momento no ha causado ningún efecto en la prensa nacional.

Asimismo concluyó que el NOMIC ha tenido una tibia divulgación en la misma Escuela de Ciencias de Comunicación de la Universidad de San Carlos.

Lo anterior se inscribe dentro de las siguientes apreciaciones de Ortega (1,986:48) en cuanto a que las experiencias a nivel macro-social están expuestas a los vaivenes de la política y tales implicaciones destruyen todo intento creativo.

Así, "el desafío de la comunicación alternativa significa la democratización de los medios en todas sus fases, y la responsabilidad social de todos los que tienen en sus manos el poder de decisión política".

De igual forma es necesario también concebir un nuevo profesional de la comunicación, que no sólo esté capacitado para afrontar la alternativa que se le ofrece, sino que sea capaz de romper los códigos informativos del orden actual y sustituirlos por otros más creativos y reveladores de una situación de cambio social urgente para un país en desarrollo (en Díaz 1,987:125).

Para finalizar este tema del nivel macro-comunicacional se concluye que es fundamental el cambio global de las relaciones de poder y las actitudes personales autoritarias. En caso contrario la comunicación alternativa a esta altura de análisis seguirá siendo una utopía, no pasará de ser un pliego de interesantes acciones pero, llenas de debi-

ciales.

Se concluye también de todo lo planteado que la prensa alternativa en el Tercer Mundo es un proyecto que postula oposición al dominio de la comunicación que generan e imponen las compañías transnacionales, y que en términos generales se caracteriza por los siguientes rasgos (en Rivera 1,988:14).

- a) Es propiedad de organizaciones sociales y editores colectivos.
- b) La propiedad de los mensajes es artesanal.
- c) Los flujos de comunicación son horizontalmente multidireccionales.
- d) Conllevan un acceso amplio de sectores sociales en el proceso de emisión y transmisión de contenidos favorables al cambio.
- e) Sus formas de financiamiento distan de la publicidad comercial tradicional y,
- f) La distribución es al margen de los circuitos comerciales establecidos.

Hasta aquí con toda esa riqueza de recursos sociales que postula la comunicación alternativa. Veamos en seguida la realidad de la misma en Guatemala, en donde se midió el nivel de preferencias de los habitantes con respecto a los medios tradicionales y los medios alternativos.

2.6 Experiencias acerca de los medios de comunicación alternativa reportadas en Guatemala

Ante la escasez de antecedentes investigativos sobre esta materia, alcanzados en Guatemala a nivel de trabajos

de esquema empresarial rígido, y por lo tanto, la división del trabajo tampoco es rígida; falta de un soporte financiero adecuado, bien por la ausencia o escasez de un mensaje publicitario y por la carencia de capital suficiente; estos medios buscan acceso y participación en todos los órganos de dirección, acceso y participación del consumidor".

Sin embargo -continúa la cita- "dentro de lo meso-comunicacional se vienen repitiendo los esquemas manipulatorios representados desde la dirección del medio hasta la configuración del mensaje.

Esquemas que no surgen en forma gratuita, sino que han sido impuestos por el actual orden vigente en el nivel macro-comunicacional".

Cabe dentro del espíritu de lo apuntado la necesidad de plantear alternativas comunicacionales a este nivel. En ese sentido Bisbal propone alternativas que estarán definidas por "nuevas formas de propiedad de los medios", es decir, que vayan desde la cogestión, autogestión, cooperación y la propiedad social.

Se busca en este nivel intermedio, "encontrar modalidades de aproximación democrática entre el profesional de la comunicación y el público consumidor, lo que equivaldría a decir: diseñar un nuevo sistema de presencia entre el comunicador y el perceptor".

"Lo anterior requiere de un profesional de la comunicación distinto, más cercano a las expresiones dicotómicas de lo local-comunitario, regional-periferia, ámbito-actividad, lo que engendra desde luego, que los contenidos de la comunicación en esta línea de acción deberán enmarcarse con intereses o intenciones distintos".

El espíritu de lo mencionado refleja el alto compromiso a contraer por parte de los profesionales de la comu-

Se arribó a la conclusión de que en ese lugar, los medios de comunicación masiva son la radio y la televisión, y que la prensa escrita no se consigue; también se concluyó que existen en esa Reserva suficientes elementos positivos para considerar que se pueden implementar programas de comunicación alternativa: escolaridad, aceptación, interés y recurso humano calificado.

Fundamentalmente, se recomendó desarrollar un folleto de comunicación comunitaria, un programa permanente de conferencias y un programa de radio estrictamente local.

Antes de cerrar este capítulo de la comunicación alternativa que, como ya se ha observado es rico y complejo en elementos sociológicos, de comunicación y de entrañable interés político; conviene efectuar algunas consideraciones al respecto, las cuales podrían abrir espacios para futuras investigaciones en esta disciplina:

Cuando se habla de comunicación alternativa, se hace alusión directamente a todas aquellas formas de comunicación diferentes de la vigente o predominante en un contexto y formación social dados.

Por lo visto, según se pudo determinar en el trabajo de Palomo (1,988:1-105), se da tratamiento indistinto y superficial a los conceptos comunicación alternativa y medios de comunicación alternativos (sic).

El término alternativa se difunde por todas partes. Desde la retórica publicitaria, la jerga política, congresos, prensa, libros, etc.

Pareciera que el término tuviera propiedades mágicas, capacidad de transformarlo todo, de volcar la imaginación hacia algo distinto, hacia lo otro.

Partiendo de un criterio relativo, veremos que no hay

En ese sentido: una cosa es reconocer el avance de la tecnología de los medios de información y de comunicación, y otras es deslumbrarse fácilmente por alguna de ellas y recomendar apresuradamente en una comunidad la adquisición de un medio determinado, sin asegurarse previamente del sentido y de la función que puede asumir esta tecnología dentro de la estructura del grupo.

Armand Mattelart se refiere a una experiencia en relación a un grupo de inmigrantes franceses así... "Se les puso la radio y ni siquiera se les preguntó si la querían utilizar" (en Mattelart y Piemme 1,981:103).

En el contexto guatemalteco, caracterizado por una formación social capitalista, el Movimiento Cooperativista delimita el papel de la comunicación al interior de ese proceso cooperativo en aldeas, municipios, cabeceras departamentales y la ciudad capital desde el punto de vista de la participación, para lo cual fomenta capacitación de promotores de comunicación institucional y comunitaria, a fin de desarrollar sus diferentes opciones mediante un intento democrático de plena participación de los integrantes de las cooperativas asociadas.

En el ámbito rural, especialmente, a nivel local-comunitario y regional funcionan los siguientes medios cooperativos:

Radio Nahualá, municipio de Nahualá, Sololá.

La Voz de Atitlán, municipio de Santiago Atitlán, Sololá.

Radio Chortí, cabecera departamental de Quezaltenango.

El Boletín "Carta Cooperativa" de la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito -FENACOAC-.

El "Boletín Informativo de la Federación de Cooperativas

des de participar directamente en las distintas áreas de la vida de la nación (al estilo de radio "Enriquillo", República Dominicana).

Independientemente, de la forma superficial y absolutista que se le imprime al término alternativa por parte de algunos sectores, surge también un problema de sintaxis dentro de la literatura sobre el tema.

Las expresiones "medios de comunicación alternativos", "medios alternativos de comunicación", o bien "medios de comunicación alternativa".

Las tres formas de expresión anteriores, nos remiten inmediatamente a un planteamiento de tipo sintáctico, de cuyo análisis abre el cause para la discusión y puede arribar a una rica vertiente de conocimiento sobre esa materia.

En el primero de los ejemplos "medios de comunicación alternativos", gramaticalmente conduce a confusiones en la interpretación de lo que se quiere decir. Fonéticamente, dicha expresión "medios de comunicación alternativos" se escucha mal, por lo que desde el punto de vista de la sintaxis regular, el modo lógico y sencillo de ordenarla es "medios alternativos de comunicación".

En este caso se entiende, que los alternativos desde el plano gramatical son los medios y no la comunicación. pero, si es que, deseamos referirnos a la característica de la alternatividad de la comunicación, entonces cabe citar "medios de comunicación alternativa".

Con esto se concluye: gramaticalmente es correcto decir medios alternativos de comunicación, cuando nos remitimos a los medios y su condición de alternativos; y, medios de comunicación alternativa, cuando es ésta la que tiene dicha propiedad y solamente ella.

sional de la comunicación social.

El medio impreso "Barriletes", periódico infantil con suscripciones a nivel nacional y extranjero. La publicación es mensual.

La radio Barriletes, que se transmite por Radio Nuevo Mundo todos los sábados a las 10:30 horas.

Barriletes en Televisión que se difunde por Canal 3 todos los sábados a las 11:30 horas.

3) El nivel de lo micro-comunicacional

Este nivel se traduce en lo marginal, en lo popular y hasta pasando por la clase media, según afirma Bisbal. Lo popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base.

En este nivel se identifican otros sujetos sociales intermedios, vinculados por intereses diferentes, pero cuya voz no encuentra eco en los laberintos burocráticos de la red estatal, ni en los medios empresariales del supermercado comunicacional, a menos que se sometan a la voz del amo de turno (en Díaz 1,987:130).

Se incluyen dentro de esta clasificación: los sindicatos, gremios, asociaciones vecinales, juntas de defensa y mejoramiento, grupos culturales, organizaciones religiosas, partidos minoritarios, organizaciones de consumidores, tribus indígenas, etc., que no poseen medios de transmisión propios, mucho menos recursos económicos para hacerse oír por la colectividad nacional, y deambulan mendigando resquicios comunicativos, sin alternativas para expresar sus necesidades sociales y sus propuestas.

Según Palomo (1,989:27-28), como forma de expresión

tenimiento del asfalto, ampliación del servicio urbano por camionetas y ruleteros, introducción de líneas telefónicas, servicio de salud, escuelas, comercio, mejoras físicas a las viviendas y esencialmente, el movimiento de la organización de los habitantes.

Teóricamente, las 1,400 familias fundadoras de dicha comunidad fueron asentadas por El Comité de Reconstrucción Nacional, de la Presidencia de la República. Sin embargo, fuentes acreditadas del Comité Central de la colonia informaron que fueron las mismas familias, con sus propios recursos y medios de transportación quienes invadieron esos terrenos, inmediatamente producido el terremoto, casi todas, con procedencia de la colonia El Milagro, situada a escasos 2 kilómetros al norte.

El hecho de que ellas mismas reconocen ser invasoras, presupone que desde hace algún tiempo tenían en la mira esos terrenos y que el terremoto fue felizmente una coyuntura para ellas. Aunque investigar el origen de estas personas no es el motivo de estudio aquí, se pudo determinar que en términos generales, muchas personas involucradas en este movimiento poseen medios económicos, vehículos, propiedades en el Milagro, etc., lo que de entrada configura una realidad socioeconómica diferente a la de los asentados realmente por el CRN, identificados como de entera pobreza o pobreza extrema.

En ese sentido, aunque en una forma aproximada, la caracterización socioeconómica de los habitantes de Carolingia para los efectos de este trabajo de tesis es la siguiente: en función de la muestra estudiada, 79% de las familias encuestadas obtuvo su lote mediante la invasión colectiva; 11% compró el lote y la vivienda a los primeros invasores; y, el 5% obtuvo su propiedad en esta colonia mediante transacciones diversas.

Esto confirma lo expuesto en el párrafo introducto-

Así las cosas, las formas comunicacionales que se mencionarán a continuación, requieren de una caracterización formal y de estudios profundos para que las mismas puedan reconocerse como 'medios de comunicación alternativa (en Rivera 1,988:20).

Dichas formas: radios comunales, cartas cooperativas, boletines informativos, periódicos murales, volantes, asambleas informativas, altoparlantes, mantas, carteles, audiovisuales, etc., adquieren la significación de medios de comunicación alternativa cuando las organizaciones populares (sindicatos, comités de vecinos entre otros) deciden la búsqueda permanente del cambio social y no cuentan con el auxilio de los medios de comunicación social pertenecientes a la clase dominante.

Es en ese momento que surgen los mensajes de oposición contra el sistema imperante o sea la comunicación alternativa o popular ya definida, cuando aquellas formas de comunicación citadas arriba le sirven de soporte a la misma y automáticamente pasan de simples formas de comunicación a convertirse en medios de comunicación alternativa.

También, la caracterización formal de medios es adquirida cuando en el seno de las organizaciones populares se forma consenso entre todos los miembros de la organización y los profesionales de las ciencias sociales y de comunicación principalmente, que sirven de orientación, acerca de la función que determinada tecnología ya sea sofisticada o artesanal debe asumir dentro del grupo.

En sentido apriorístico entonces, es preferible utilizar el término formas de comunicación, cuando no se haya determinado aún la caracterización y el uso de la comunicación alternativa en una comunidad.

De todo lo apuntado se desprende que es propiamente el mensaje el que en última instancia va a determinar

poseen capacidad para adquirir compromisos y que los negocios mencionados de alguna manera son productivos.

La variable capacidad económica mediante los indicadores anteriores se refuerza si vemos que el 88% de los vecinos estudiados es propietario de su vivienda y el 7% alquila; el 57% de las familias tiene un ingreso mensual superior a 400 quetzales; el 26% de las mujeres trabaja; el 59% de los padres de familia son obreros con empleo; 11% agricultores, con parcela en la costa sur algunos; 24% de los habitantes no tienen trabajo en este momento pero sí tienen ocupación formal.

Además, el 9% de los vecinos, de la muestra estudiada es propietario de más de algún automóvil; el 7% posee motocicleta y un 2% de microbuses y ruleteros.

En el plano de la educación y la cultura, el 72% de las familias sabe leer y escribir; 59% practican la religión católica; 35% son evangélicos y el 1% son testigos de Jehová. Estos indicadores conllevan una clara relación con la predisposición a leer diarios y el grado de preferencia por las radios Ranchera, FM y la Voz Evangélica.

Estos niveles de educación y cultura, aunados a la MODA de la juventud coinciden con la procedencia de los habitantes de Carolingia, quienes en un 58% son nacidos y criados en esta capital y el 37% proviene del área rural guatemalteca, aunque ya llevan algunos años de radicar y trabajar en esta ciudad.

Las preferencias socioeconómicas descritas nos indican que la mayoría de los habitantes de colonia Carolingia corresponde a un estrato diferente al prototipo de indígenas o campesinado que se movilizan en las áreas de conflicto político-militar, cuya constante es la pauperización de la salud, alimentación, vestido, vivienda y la psicosis de la guerra.

lote aquí, Vote por Mario, etc.

- 3) También, se presentan casos de coincidencia entre mensajes y medios alternativos a la vez.

Huelga cualquier explicación. De ésto se trata.

Lo expresado presupone la necesidad de asignarle un espacio al tema de los medios de comunicación alternativa, como soportes de mensajes alternativos.

2.5 Medios de comunicación alternativa

Se entiende como formas de comunicación formal o tradicional a las formas escrita, radial y televisiva que predominan.

Como formas de comunicación diferentes o alternativas se entienden también las originadas en la organización de los sectores marginales y difundidas en periódicos murales, revistas populares, audiovisuales de la comunidad, películas de VHS, sobre problemas de interés al grupo que los observa, informadores de cuadra por cuadra o pregones, programas de radio local, etcétera. (En Palomo 1,989:22).

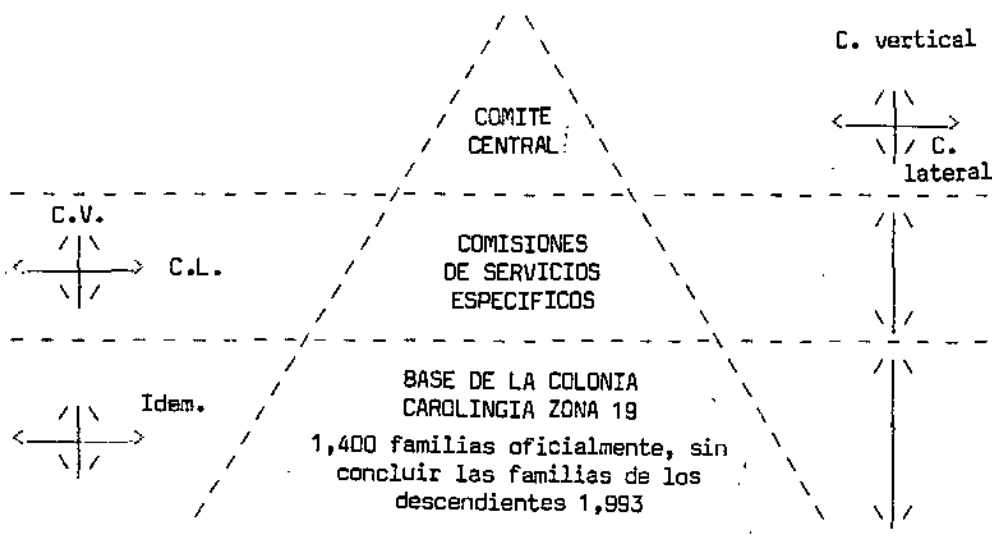
Vistos los medios de comunicación alternativa como instrumentos de los sectores populares, éstos se inscriben dentro de la lucha ideológica-política que, en el terreno de la comunicación, oponen esos sectores al bloque dominante.

En ese marco de referencia, a continuación se describen algunas experiencias importantes que ilustran la riqueza de esta materia adquirida en otros países de América Latina por Simpson, en su obra Comunicación Alternativa y Cambio Social (en Rivera 1,988:5-16).

En México, la experiencia alternativa se tuvo en la comunicación rural. Uno de los principios recomendados que

Figura 7

Esquema de la organización formal con todas sus variantes, incluyendo los tipos correspondientes de comunicación en colonia Carolingia, zona 19, ciudad de Guatemala o zona 6 de Mixco



En las tres estructuras componentes de la pirámide se puede observar las formas ascendente, descendente y horizontal como se produce la comunicación formal entre la base y sus representaciones, entre los diferentes puestos de la organización, y en general, entre los habitantes en sí.

A nivel formal, las funciones o fines del Comité Central son:

- Promover el mejoramiento que demanda el vecindario.

En todo momento, radio "Enriquillo" intenta ser el portavoz de un pueblo que ha vivido siempre al margen de los recursos y condiciones mínimas para poder considerarse a sí mismos como seres con valor, con posibilidades de participación directa en las distintas áreas de la vida nacional.

En Perú, partiendo del término "alternativo" que quiere decir opción entre dos cosas, se puso en marcha durante 1,973 una alternativa de comunicación diferente a las tradicionales, en donde la política de difusión que se estableció fue: a) Apoyar la comunicación horizontal y de arriba hacia abajo mediante la promoción de empresas periodísticas de propiedad social al servicio de las organizaciones de base de los pueblos jóvenes; b) Apoyar la comunicación al interior de las organizaciones de base para facilitar la organización popular.

En Uruguay, la experiencia alternativa se dio con un sistema de comunicación participativa: el cassette-foro. Este es un sistema de comunicación grupal y bidireccional. Mediante el intercambio de mensajes grabados en casete, permite establecer una comunicación de doble vía y entablar un diálogo a distancia entre los miembros de base de una organización popular y el núcleo dirigente de la misma, y entre los grupos de base en sí.

En Chile, fue la prensa alternativa a través del testimonio de sus protagonistas. Se refiere a las seis revistas alternativas que circulan en este país, las cuales suman aproximadamente 70 mil ejemplares de venta; que llegan a los sectores, obrero, campesino, poblacional, juvenil, profesional, intelectual y estudiantil.

En Brasil, la experiencia fue el fenómeno de la "Imprensa Nanica" o prensa enana. Vocablos que designan en portugués contraposiciones con la imprenta grande o tradicional, la de circuito comercial-industrial-empresarial. A principios de 1,979, se destacó la importancia que adquirió en es-

Ambos se imputan tener intereses mezquinos como es el adueñarse de los fondos que se manejan a nivel de contribuciones y pagos de agua, así como en la repartición de terrenos baldíos.

Lo cierto es que, en parte ésta es la razón para que la mayoría de los vecinos no crea en la efectividad de su Comité y deciden resolver sus asuntos por la vía individual.

3.3 Medios de comunicación formal versus medios de comunicación alternativa empleados en colonia Carolingia

Imbuidos de curiosidad y animados por todo ese bagaje teórico que alimenta el fenómeno de la comunicación alternativa, se practicó un reconocimiento comparativo sobre el empleo de ambos medios de difusión en la colonia Carolingia, encuesta que arrojó el siguiente nivel de preferencias del público contemplado en la muestra.

El 52% de los encuestados prefiere la prensa escrita, 30% la radio y 18% la televisión. Estas revelaciones guardan concordancia con el 72% de alfabetismo de los habitantes y a lo difícil que resulta en algunas ocasiones el desembolso diario para adquirir los periódicos (ver cuadro 2).

programación que las emisoras transmiten, y en donde los vecinos elaboran sus mensajes.

En esa dirección, el papel protagónico del ICER es el de acompañar a estas comunidades en el proceso de capacitación para el uso correcto de los medios de comunicación radial, e inyectarles la mística de que comunicar es hacer que la gente se eduque y se organice.

Una mística que les permita comprender que, organizar es hacer que la comunidad crezca en educación y comunicación, y que la emisora es un instrumento para facilitar esos propósitos. Que estos propósitos parten de la manera de pensar de el pueblo, sus intereses y necesidades, en donde la experiencia les exige tomar posición ante los problemas y planear actividades para solucionarlos.

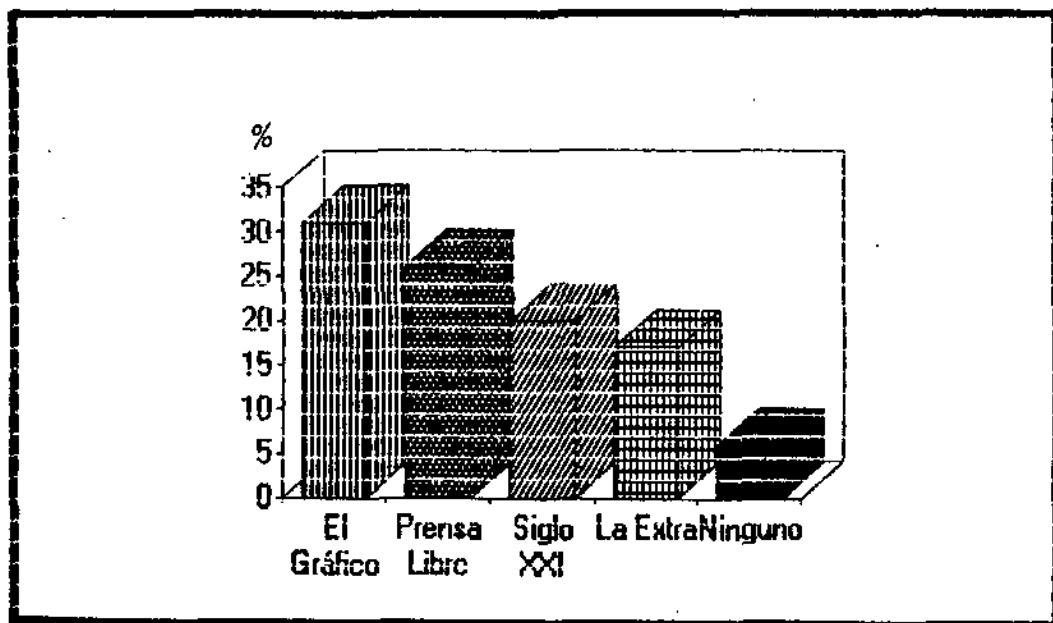
De lo escrito podríamos resumir que el surgimiento y desarrollo de la prensa alternativa como ejemplo específico de un hecho genérico -la comunicación alternativa, y por ende, los medios que le sirven de soporte- corresponde al desarrollo de un hecho político que florece al vacío generado por el incumplimiento inducido o no en la responsabilidad y misión naturales de la prensa formal en América Latina; en donde Guatemala no es precisamente la excepción.

Y no es la excepción pues, aunque los medios pregonen a los cuatro vientos su misión de informar, educar, orientar y entretener; ello no pasa de ser pura propaganda pues de sobra se ha demostrado que el escaso 35% de la información servida, responde a los intereses de la clase empresarial que acapara el 65% de los espacios con alienación publicitaria.

Al respecto, es curioso que las mismas cifras se destacan en la prensa norteamericana, solamente que a la inversa; en donde la reglamentación exige que el 65% sea información neta y el resto dedicado a los clasificados comer-

Gráfica 1

Periódicos que más leen en Carolingia



De manera lineal, respecto a las anteriores recabaciones se determinó que de las secciones de los periódicos, el 69% de los lectores expresó su gusto por la sección noticiosa; 14% por los deportes; 6% otras secciones; 6% de página social y 5% la editorial.

El interés por las noticias denota subyacentemente la clara propensión del ser humano ante el curso diario de los rumores y chismes, especialmente en esas épocas de elecciones presidenciales, y los habitantes de Carolingia no son la excepción.

lo otro absoluto, y por lo tanto, al hablar de alternativa estamos frente a un campo relacional.

Aristóteles dijo "que lo alternativo se dice de muchas maneras; más aún, se vive, se produce, se desenvuelve de muchas maneras" (en Prieto 1,985:118). Esto significa que, se es otro siempre con respecto a algo, y se es otro de muchas maneras.

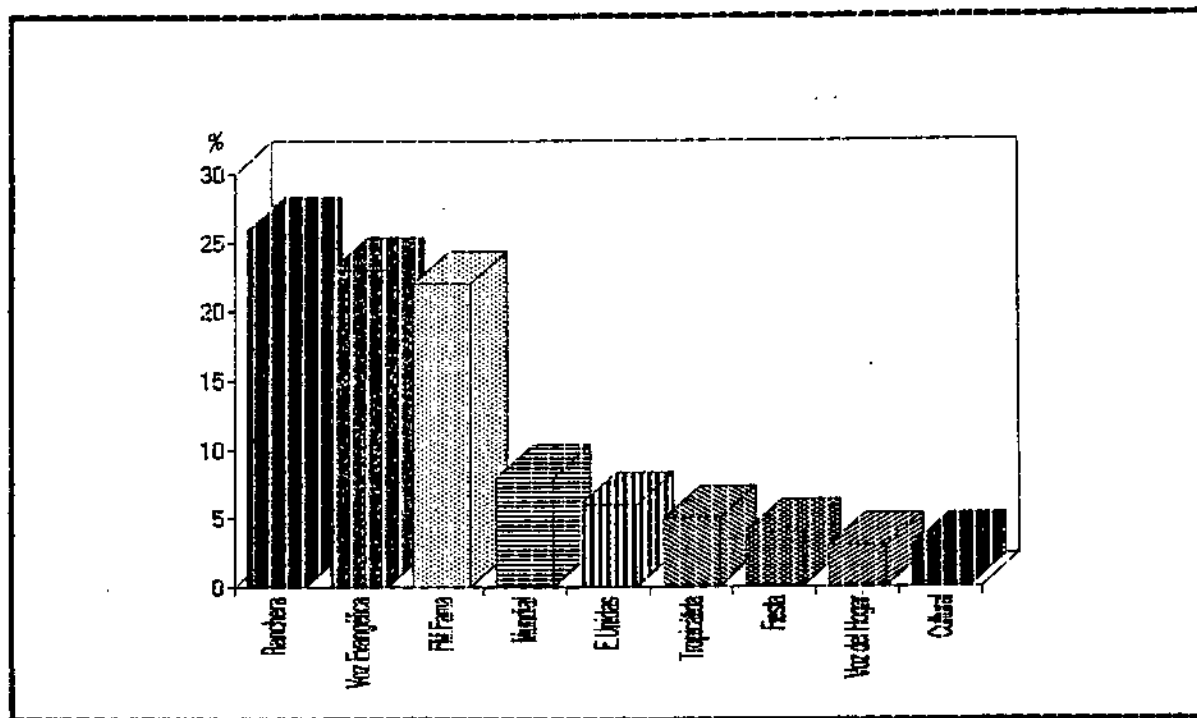
De ello se desprende que, cuando hablamos de formas alternativas puras, de lo otro, de lo predominante o lo vigente; es caer en la polarización y el esquematismo, lo cual no nos sirve para comprender, ni para evaluar, mucho menos para actuar.

Se ha tocado el término alternativa por parte de algunos autores con superficialidad y absolutismo porque, la comunicación alternativa no se explica desde la comunicación misma, sino desde las relaciones sociales de producción. Debe ser entendida en conexión con la ruptura de autoritarismo, cuya clave está en la estructura de la vida cotidiana (Prieto 1,985: 118-124).

Una estructura de la vida cotidiana, pensada en términos individuales, interpersonales y grupales; toda vez que en comunicación el autoritarismo significa la imposición de concepciones y evaluaciones, la reducción de seres y situaciones a estereotipos, la frustración de cualquier forma de expresión individual o grupal, la negación de lo que cada quien puede desarrollar y reconocer en sí mismo y su relación con los demás.

El desconocimiento de este basamento teórico de la alternatividad de la comunicación limita cualquier intento de poner en marcha políticas de difusión, con capacidad de ser el altavoz de una comunidad o un pueblo que ha vivido siempre al margen de los recursos y condiciones que les permita considerarse a sí mismos seres con valor y posibilidad.

Grafica 2
Nivel de preferencia por las radio emisoras en Carolingia



CAPITULO 3

ORIGEN DE LA COLONIA CAROLINGIA Y ORGANIZACION COMUNITARIA

Después del terremoto del 4 de febrero de 1976 en Guatemala, el Comité de Reconstrucción Nacional -CRN- registró y censó 126 asentamientos de emergencia en el área metropolitana, con un total de 20,000 familias y 114,667 personas damnificadas.

Los asentamientos de emergencia estaban diseminados en las 21 zonas capitalinas, concentrándose su mayor número en las zonas 6, 7, 12 y 19, siendo esta última donde actualmente se encuentra la colonia Carolingia.

3.1 Ubicación y desarrollo histórico de la colonia

El asentamiento Carolingia se localiza al final del bulevar El Caminero, zona 19 de esta ciudad capital o zona 6 del municipio de Mixco.

Su extensión superficial es de 200,000 metros cuadrados (29 manzanas) de terreno completamente plano, que colindan en la siguiente forma:

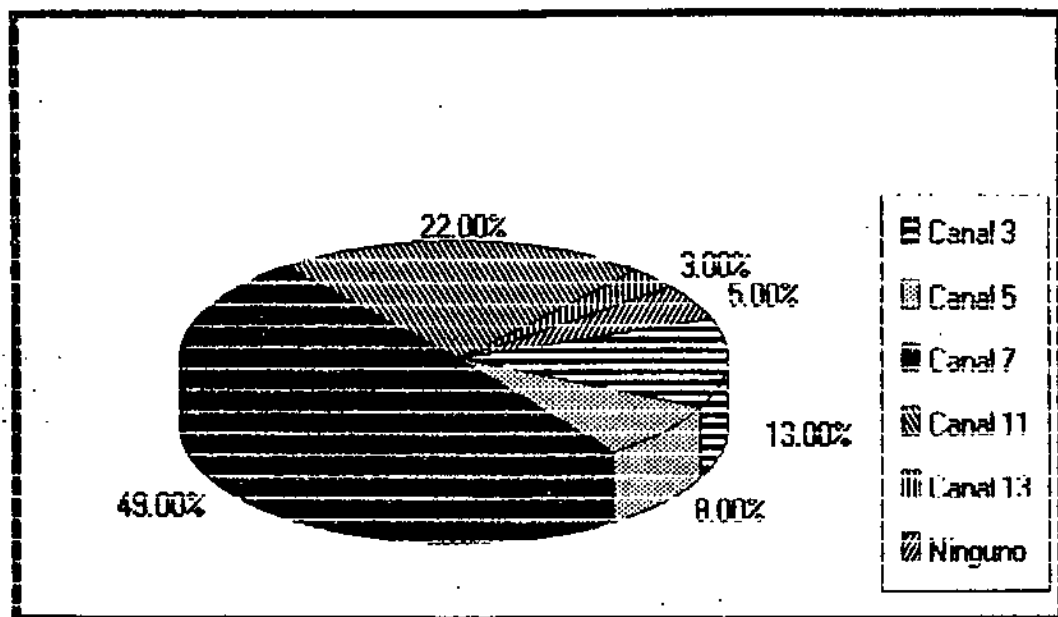
Al norte con la colonia El Milagro; al sur, colonia San Francisco; al este, colonia San José Las Rosas; y, al oeste, con la aldea Lo de Bran (anexo 5).

Para el presente estudio se fijó 1,976 como año de referencia post-terremoto, hasta 1,990, momento en el cual dicho grupo humano se encuentra plenamente establecido en su vida diaria.

Ese espacio en el tiempo permitió visualizar el estancamiento y/o el progreso en aspectos torales de la comunidad: urbanización, limpieza de las calles y avenidas, man-

Gráfica 3

Canales de televisión de más preferencia en Carolingia
(porcentaje de familias)



Existe una conexión muy evidente entre la preferencia por los canales 7 y 11, pues el 47% de las amas de casa gusta de las telenovelas, y entre los niños, el 76% vive aprisionado por las caricaturas; ambas, programaciones básicas de estos canales de televisión en Guatemala (ver gráfica 4).

rio a este capítulo. Para deducir capacidad económica de los habitantes entrevistados en el proceso de adquisición de la vivienda, se estableció que el 50% compró a 20 años plazo; 32% a 15 años; 10% a 10; y el 3% a 5 años.

Lo apuntado permite inferir que dentro del conjunto habitacional estudiado existen estratos familiares con posibilidades económicas diferentes, lo que deja visualizar que no se trata de un conglomerado netamente marginal, sin ninguna posibilidad de subsistencia como panfletariamente se podría hacer creer, al hablar de los llamados asentamientos humanos post-terremoto.

Esta apreciación, subjetiva si se quiere, se basa en los hechos de que el 26% de los habitantes estudiados son propietarios de tiendas de víveres; 3% se dedican a la venta de licor; 1% panaderías; y, 6% de las familias dependen de otras actividades como la marranería, carnicerías, albañiles, sastrerías, molinos de nixtamal, barberías, ventas de leña y carbón, salones de estética femenina y costurerías; mientras que el 59% de los mismos reportó no poseer ninguna clase de negocio. Otro indicador para determinar algunas posibilidades económicas de este grupo estudiado fue el relativo a explorar acerca de las mejoras físicas practicadas a sus viviendas, luego de 15 años de haber adquirido. En ese sentido, se comprobó que el 35% ha practicado reconstrucción parcial de sus viviendas; 14% lo han hecho en forma total; y, el 46% no ha practicado ninguna mejora.

Lo anterior mantiene una estrecha relación con las fuentes de recursos económicos de parte de los vecinos para construir sus viviendas, en donde el 80% construyó mediante la ayuda extranjera, 10% bancos; y, un 5% lo hizo mediante otros procedimientos como préstamos a particulares, permutas de bienes, cuchubales o fondos propios.

Ello denota que financieramente en buen número los habitantes son sujetos de créditos bancarios y personales,

da por el poder adquisitivo del consumidor; salta a la vista inmediatamente el papel condicionador del comportamiento humano que juegan los medios formales, en donde la principal protagonista es la publicidad y en un momento dado la propaganda política como la montada por la DC y UCN en 1,990.

Como lo apuntamos en otro capítulo, no es casual que estos medios ofrezcan 65% o más de anuncios en su cobertura diaria, cuyo ingrediente esencial es la alienación cultural del vestido, los cosméticos, comidas y bebidas, sexo y violencia.

Con los elementos vistos, indudablemente que se ofrecen recursos variados en esta investigación para el planteamiento de futuras hipótesis.

Siempre dentro del marco comparativo, a continuación se destaca la tendencia del público por los medios de comunicación alternativa. El 62% de los entrevistados expresó que el salón comunal es el medio más inmediato y acostumbrado por los vecinos para reunirse y enterarse del giro que toman las acciones en pro del bienestar colectivo. El 7% considera que los pregones o enviados especiales satisfacen esta necesidad de comunicarse y 11% por medio de volantes; 15% altoparlantes o megáfonos y 5% las circulares (ver gráfica 5).

3.2 Organización comunitaria

En el capítulo "Procesos formales e informales de la comunicación", se define como la organización formal al conjunto de las relaciones humanas que se establece entre las personas por motivos diferentes de las actividades oficiales que se ejecutan.

Se dijo también que, al relacionamiento o contacto necesario e imprescindible que tienen las personas entre sí se le llama comunicación; la cual se presenta en dos formas diferentes: la comunicación formal y la informal o extraoficial.

Concretamente, la organización formal en la comunidad Carolingia se puede esquematizar como una pirámide, en donde su base está constituida por la población que la habita (1,400); luego, en sentido ascendente figuran las distintas comisiones de servicios públicos: agua, luz, bordillos, asfalto, salud, escuelas, etcétera.

Y en la cúspide de la pirámide se localiza el Comité Central de la colonia, como entidad privada, no lucrativa, apolítica y no religiosa; con sede en dicha colonia (ver figura 7), organización formal.

cen, toda vez que dichos medios son empleados también por el sector empresarial, intelectual, estudiantil y por el sistema en sí; lo que les arrebató la condición de medios absolutamente de la clase popular y los pone al servicio de la sociedad entera.

Otros ejemplos para reiterar lo apuntado arriba lo constituye el Comité Central de la colonia, Asambleas Generales, las Mantas y los Carteles que hemos venido llamándolas convencionalmente medios de comunicación alternativa.

De la misma manera debe considerarse que los mismos no son de uso exclusivo de la sociedad marginal, puesto que también constituyen el soporte de mensajes provenientes del sector empresarial.

Así tenemos que los partidos políticos, las cooperativas, asociaciones agropecuarias, industriales, financieras, comerciales, etc., se organizan también en Comités Centrales, celebran Asambleas Generales y Extraordinarias para informar a sus asociados; y se valen de igual manera de los Carteles y Mantas, especialmente en el campo de la propaganda y publicidad.

En este sentido, el pregón o informador de cuadra por cuadra también encaja dentro de las mismas consideraciones, toda vez que la Historia nos narra cómo la clase poderosa usaba informadores humanos que se relevaban a determinada distancia y a campo traviesa para enviar mensajes de un lugar a otro.

No obstante estos criterios relativistas, lo cierto es que fueren o no medios de comunicación alternativa: los descritos, ellos se usan inconscientemente dentro de la comunidad estudiada; independientemente de cualquier banderilla política o iniciativa alguna de corte ideológico.

Es más, los medios de comunicación alternativa

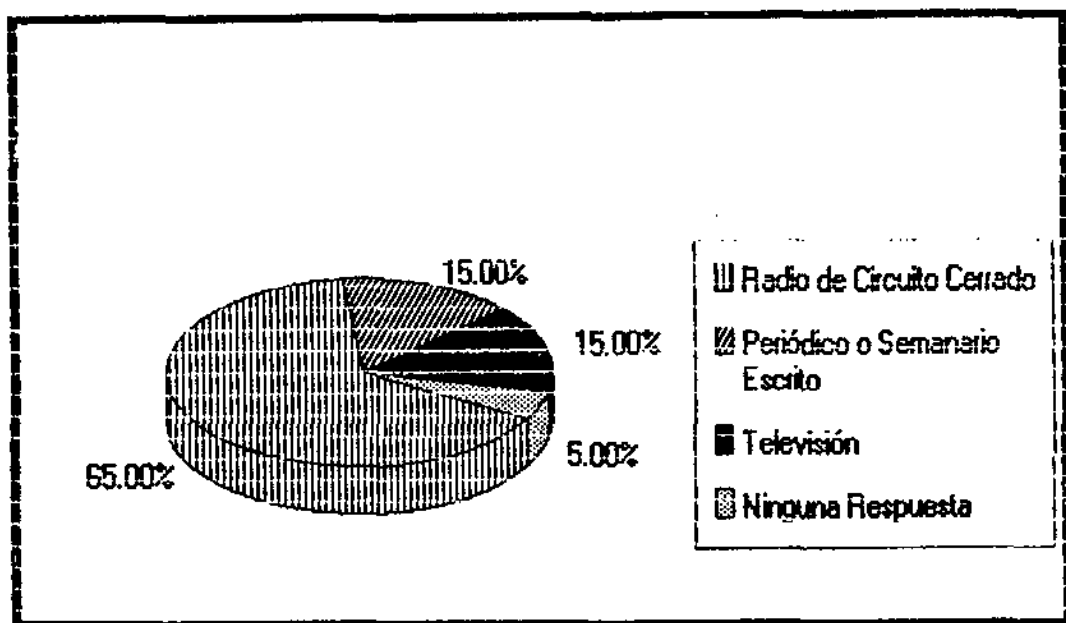
La radio, medio tradicional de comunicación humana, como ya se dijo, ocupó el segundo lugar en el nivel de preferencia de los vecinos. Este hecho va asociado con el índice de penetración que a nivel nacional tiene este medio, particularmente porque existen muchos lugares apartados donde no llegan los diarios, la incidencia de analfabetismo, impedimentos económicos y, porque la producción masiva de radorreceptores ha invadido los hogares.

A lo anterior habría que agregarle la proliferación de emisoras privadas observada en Guatemala en los últimos años, las cuales se disputan la audiencia del público con programaciones variadas en las frecuencias AM y FM., y algunas de ellas salen al aire las 24 horas del día.

En ese orden, para las condiciones socioculturales de Carolingia, Radio Ranchera ocupó el 26% de audiencia; Voz Evangélica 23%; FM-Fama 21%; Mundial 8%; Emisoras Unidas 7%; Tropicálida 5%; Radio Fiesta 4%; Voz del Hogar 3%; Radio Cultural 3%; (ver gráfica 2).

Gráfica 6

Medios de comunicación alternativa que les gustaría a los vecinos de colonia Carolingia (porcentaje de preferencias)



En este perfil de preferencias se detecta una franca asociación entre la calidad de las programaciones y la realidad social de sus oyentes. Pues, como veremos más adelante, la mayoría de los vecinos es de extracción obrero-campesina que gusta ardientemente de las canciones rancheras; otro grueso sector profesa la religión evangélica y en esa dirección van dirigidos sus gustos; y, un fuerte número de habitantes, adolescentes en su mayoría, prefiere las programaciones del tipo FM.

La televisión en ese contexto ocupó el último lugar de preferencia pero no significa que en los domicilios entrevistados no haya un televisor. La respuesta quizá se encuentre en el hecho de que los hábitos de vida diaria de la comunidad representan horarios de trabajo de descanso bastante incompatibles, especialmente en las programaciones noticiosas nocturnas, que coinciden con la hora de dormir de los obreros.

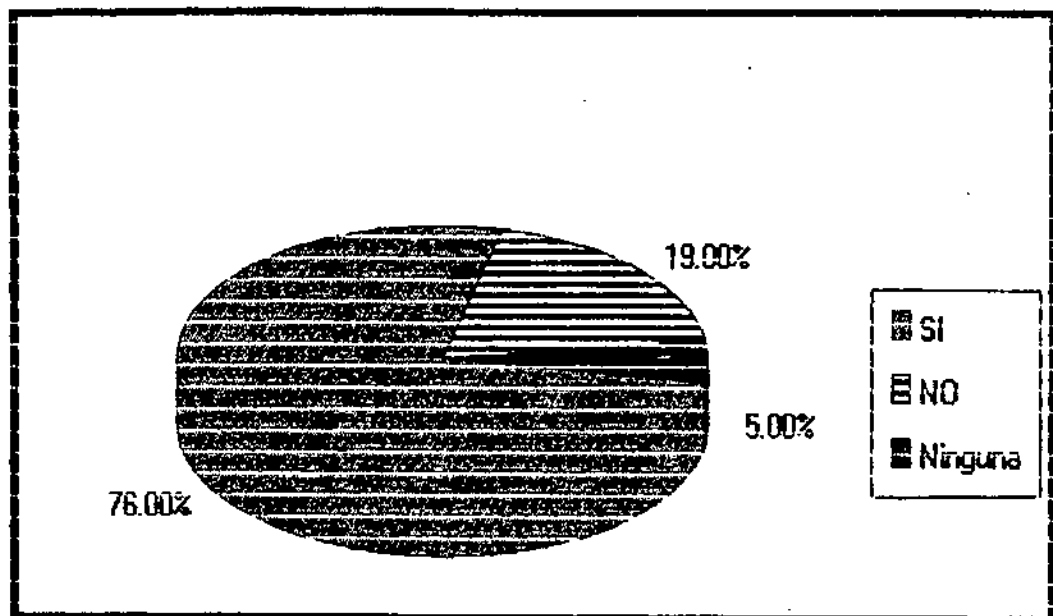
Sin embargo, de los habitantes que miran televisión, 49% mira canal 7; 22% el 11; 13% prefiere el 3, 3% el 13, el 8% gusta del canal 5 y un 5% no miran televisión (ver gráfica 3).

de comunicación tradicionales.

- b) Es posible que los medios alternativos contengan mensajes no alternativos.
- c) También, pueden asociarse mensajes y medios alternativos a la vez.
- d) El término, alternativo surge a partir de 1,960 en el seno de la política de la nueva izquierda como oposición y propuesta al modelo económico capitalista dentro del contexto de la dependencia de la comunicación, de su autoritarismo.
- e) La comunicación alternativa es un espacio de oposición política, y no la simple utilización de medios alternativos antagónicos a los "mass media".
- f) Para corroborar lo anterior, lo alternativo en la comunicación se concibe en los niveles de lo macro, meso y micro-comunicacional, o lo que es lo mismo: macro, meso y micro-alternativos.
- g) Es fundamental el cambio global en las relaciones de poder y las actividades personales autoritarias para que la comunicación alternativa a nivel macro-comunicacional deje de ser una utopía.
- h) El nivel meso-comunicacional se da en Guatemala, pero repitiendo los esquemas manipulatorios desde la dirección del medio hasta la configuración del mensaje. Esquema impuesto por el actual orden vigente en el nivel macro.
- i) En términos generales se alcanzaron los objetivos de la presente investigación, con lo cual se propició el hallazgo de elementos empíricos y teóricos para el conocimiento de la comunicación alternativa, que

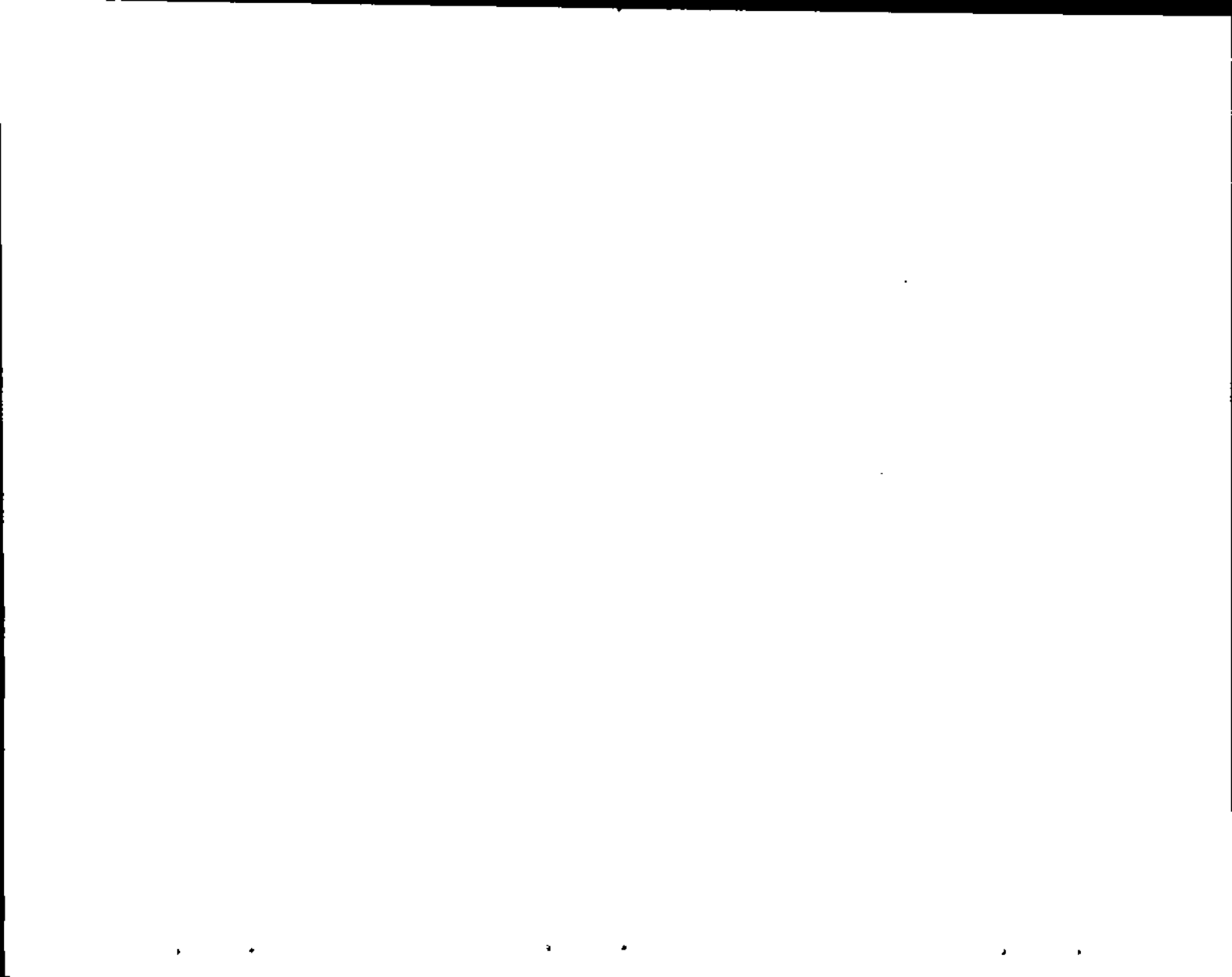
Gráfica 4

Porcentaje de casas muestreadas en donde los niños miran caricaturas (colonia Carolingia)



Resumiendo, los medios de comunicación tradicionales dentro de esta comunidad son una realidad palpable. A juzgar por estos tres indicadores (prensa, radio y Tv), dichos vecinos no pertenecen a las condiciones de precariedad que se supone, constituyen el tipo de habitantes de los asentamientos en áreas marginales de esta ciudad, mucho menos de el campo y las áreas de conflicto político-militares.

Para reafirmar lo anterior, diremos que el efecto socio-económico de los medios aludidos en los habitantes de Carolingia, habría que buscarlo en buena medida en la moda, principalmente en la manera de vestir de la juventud. Si por moda entendemos el campo intermedio entre el uso real del vestido y la compra, y esta última está determina-



coexisten con los medios tradicionales, y la población desconoce los más elementales principios teóricos de todo cuanto se ha tratado en este informe acerca del fenómeno de la comunicación desde la perspectiva genérica y la comunicación alternativa como una variante coyuntural.

Ahora bien, en cuanto a las expectativas de los vecinos en relación al establecimiento de algún programa a nivel alternativo para el futuro; luego de que se les hizo una breve introducción de lo que eso significa, el 65% de los entrevistados expresó su interés por el establecimiento de una radio del tipo cerrado; 15% dijo un periódico escrito por los propios vecinos; otro 15% expresó que les gustarían las programaciones locales de televisión; y, otro 5% mostró su predilección por todos los medios al servicio de su colonia.

Al calar más hondo sobre los comentarios y respuestas de los entrevistados, se pudo comprobar que los mismos en muchos de los casos respondieron como por inercia momentánea, producto de la novedad que se les planteó en la plática de acercamiento con la comunidad.

Pero también se pudo establecer que en medio del desconocimiento sobre el tema, la radio de circuito cerrado despertaría entre los vecinos el orgullo y la expectativa de contar con ese medio al servicio de su colonia, donde ellos podrían enviar saludos a sus seres queridos en diferentes ocasiones y solicitar la música de su predilección, en franca emulación al contexto de la radio "La voz de la Terminal", que funciona en el mercado de la zona 4 de esta ciudad (ver gráfica 6).

Finalmente, acerca de los efectos socioeconómicos, sociolingüísticos, socioculturales de la comunicación, se destacan en la revista de UNESCO No. 77 La transmisión trans-cultural. París, Francia, 1,977.

CAPITULO 2

COMUNICACION ALTERNATIVA

El enfoque de las teorías del desarrollo, dependencia, modernización y participación de la comunicación en esas ramas; el imperialismo cultural; y, la comunicación alternativa se halla en el libro de Carlos Fernández Collado La Comunicación Política. McGraw Hill, México, 1,986.

Sobre comunicación comunitaria; el cometido de los medios en el desarrollo; su práctica y metodología, consúltese el estudio La comunicación comunitaria. Revista No. 90 de UNESCO. París, Francia, 1,981.

También se recomienda la lectura El periodismo Rural en Africa. Revista de UNESCO No. 88, París, Francia, 1981; en donde se ofrece una visión panorámica de los periódicos rurales como medios de modesta circulación, creados con la finalidad de afianzar la alfabetización.

Véase Perspectivas de la comunicación alternativa de Marcelino Bisbal en el libro Estudios de Comunicación Social de Eleazar Díaz Rangel y otros autores. Monte Avila Editores, Venezuela, 1,987.

La Comunicación alternativa y/o popular es abordada por Milton Eduardo Ortega en Cultura Popular y Comunicación. Serie Cuadernos de CHASQUI no. 22, CIESPAL, Quito, 1,986.

El papel deseable del agrónomo, agente de cambio o del comunicador social dentro de las comunicaciones rura-

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Elementos empíricos encontrados:

En la colonia Carolingia, para los efectos de la presente investigación se encontró que se utilizan los "medios de comunicación alternativa" y, esencialmente se usan los llamados tradicionales (prensa, radio y televisión).

Tanto los líderes como los habitantes de esa colonia que fueron entrevistados, ignoraban los fundamentos teóricos de la comunicación alternativa.

Los llamados medios de comunicación alternativa, en nada han contribuido con la organización de los vecinos, mucho menos con el desarrollo socioeconómico de la colonia. Se practica el individualismo y hay desconfianza contra los líderes.

Cultural e ideológicamente han penetrado más en los valores de la comunidad Carolingia, especialmente de la juventud: la publicidad, la propaganda política, la moda, televisión, radio, las notas rojas y morbosas de algunos medios escritos y en segundo plano las religiones.

El movimiento económico y social de tipo mercantilista que se observa es producto del macro modelo neoliberal desordenado impuesto en el país, en donde no son las reales fuerzas del mercado las que mandan sino la voracidad, especulación y la inflación galopante.

A la luz de la comunicación alternativa, se determinaron también los siguientes hallazgos de elementos teóricos:

a) Pueden producirse mensajes alternativos en los medios

permitirán en el futuro formulaciones hipotéticas.

Recomendaciones

Rechazar la idea superficial de que todo lo difundido a través de los medios de comunicación tradicionales es "dominante".

Tener presente que, muchos medios considerados como alternativos o populares son usados a su vez dentro del sector "dominante".

Verbi gracia: volantes, mantas, carteles, murales, megáfonos.

Considerar los enunciados contenidos dentro de las conclusiones arribadas en este trabajo, para visualizar la elaboración de hipótesis.

No dar por agotada la vía del estudio de los medios de comunicación alternativa, y la comunicación alternativa, para las condiciones de colonia Carolingia.

Revisar y afinar más los elementos que de manera preliminar intentaron en el presente estudio practicar un diagnóstico comunicacional.

Finalmente, se recomienda diagnosticar el fenómeno de la comunicación en función social, dentro de los asentamientos humanos de la capital restantes y particularmente en las áreas rurales y de conflicto político-militar.

Prieto Castillo, Daniel.

1,985 Diagnóstico de comunicación. Quito: CIESPAL.

Reyes Matta, F.

1,981 La comunicación alternativa como respuesta democrática. México.

Rivera Molina, Federico.

1,988 Propuesta de comunicación alternativa para Montecrico. Guatemala: URL (tesis).

Sánchez Castillo, Julio César.

1,988 Gerencia, comunicación social y opinión pública. Guatemala: INAP.

Schaff, Adam.

1,983 Introducción a la semántica. México: Fondo de Cultura Económica.

Schramm, Wilbur.

1,964 Mass Media and National Development. California: Stanford University Press.

Toussaint, Florence.

1,986 Crítica de la información de masas. México: Trillas.

ORIENTACION DE LECTURAS

La investigación científica requiere entre muchas otras actitudes: la lectura exhaustiva de textos, documentos, revistas, periódicos, y todo tipo de publicaciones y testimonios que permitan ahondar en el conocimiento de un tema específico.

Consciente de ese compromiso, se sugiere al público interesado las lecturas siguientes, que para mejor comodidad se ubican de acuerdo a cada capítulo visto en esta tesis:

CAPITULO 1

EL FENOMENO DE LA COMUNICACION

El desarrollo del proceso de comunicación e información; las posiciones funcionalista, estructuralista y marxista de la comunicación; y, lo relacionado con los términos significado y significante, son temas profusamente explicados en el libro de Antonio Pascuali Comunicación y cultura de masas. Editorial Monte Avila, Caracas, Venezuela, 1,969.

Asimismo, se propone consultar el libro de Lidia N.C. Loughlin ¿Profesores y alumnos Comunicación o conflicto? Librería del Colegio, Buenos Aires Argentina, 1,980. En esta fuente se revelan tesis de la comunicación y su interacción con la educación y el aprendizaje.

Las funciones de la comunicación según el lingüista Roman Jakobson, puede consultarse en el folleto de Margot Alzamora La Comunicación Hoy, Editorial Piedra Santa, Guatemala, 1980. También se destacan estas funciones de la comunicación en el libro de Carlos Interiano Semiología y Comunicación, Guatemala, 1,987. Y en la revista informe provisional sobre los medios de comunicación. UNESCO. París, 1,975.

A N E X O S

- 5.3 Ninguna _____
5.4 NR _____
6. ¿Ocupación principal de la madre?
6.1 Obrera _____
6.2 Ama de casa _____
6.3 Ambas _____
6.4 NR _____
7. ¿Cuál es el ingreso mensual de la familia?
7.1 100.00 a Q. 200.00 _____
7.2 250.00 a Q. 400.00 _____
7.3 400.00 a Q. más _____
7.4 NR _____
8. ¿Con qué recursos económicos construyó su vivienda?
8.1 Préstamos bancarios _____
8.2 Préstamos particulares _____
8.3 Ayuda Extranjera reembolsable _____
8.4 Otros _____
8.5 NR _____
9. ¿Es propietario de su vivienda?
9.1 SI _____ 9.2 NO _____ 9.3 NR _____
10. ¿Alquila?
10.1 SI _____ 10.2 NO _____ 10.3 NR _____
11. ¿Cómo obtuvo el lote?
11.1 Invasión _____
11.2 Compra _____
11.3 Otra NR _____
12. ¿Qué mejoras le ha practicado a su vivienda?
12.1 Reconstrucción parcial _____
12.2 Reconstrucción total _____
12.3 NR _____
13. ¿Con qué servicios cuenta?
13.1 Luz _____
13.2 Agua _____
13.3 Teléfono _____

ANEXO 1

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

CUESTIONARIO PARA EL DIAGNÓSTICO DE LA FORMACION SOCIAL Y EL FENOMENO
DE LA COMUNICACION FORMAL Y ALTERNATIVA EN EL ASENTAMIENTO CAROLINGIA
DE LA ZONA 19.

GENERALIDADES

Fecha _____

Sexo M _____ F _____ Encuestador _____

A. FORMACION SOCIAL

1. ¿Cuántas personas conforman su familia?

1.1 1 a 5 _____

1.2 5 a 10 _____

1.3 10 a más _____

1.4 No respuesta _____

2. ¿Cuántos miembros de su familia saben leer?

2.1 1 a 5 _____

2.2 5 a 10 _____

2.3 10 a más _____

2.4 No respuesta _____

3. ¿Cuántos miembros de su familia trabajan?

3.1 1 a 5 _____

3.2 5 a 10 _____

3.3 10 a más _____

3.4 No respuesta _____

4. ¿De dónde proviene su familia?

4.1 De la Capital _____

4.2 Area Rural _____

4.3 Otro país _____

4.4 NR _____

5. ¿Ocupación principal del padre?

5.1 Obrero _____

5.2 Agricultor _____

22. ¿Ven programas de caricaturas sus niños?
22.1 SI___ 22.2 NO___ 22.3 NR___
23. ¿Qué piensa usted como adulto acerca de las caricaturas para niños?
23.1 Dañan___ 23.2 Entretienen___
23.3 NR___
24. ¿Qué revistas leen en casa?
24.1 Fotonovelas___ 24.2 Pornográficas___
24.3 Religiosas___ 24.4 Otras NR___
25. ¿Qué medios de comunicación existen en su colonia?
25.1 Salón Comunal___ 25.2 Altoparlante___
25.3 Pregonero___ 25.4 Periódico___
25.5 Volantes___ 25.6 NR___
26. ¿De los siguientes medios, ¿cuáles les gustaría más para tener dentro de su comunidad exclusivamente?
26.1 Periódico o semanario de la colonia
26.2 Radiodifusora de circuito cerrado
26.3 Programaciones locales de televisión
26.4 Todos
26.5 NR
27. Cuando se han presentado problemas en su colonia, ¿a qué medios acuden más para denunciar?
27.1 Prensa___ 27.2 Radio___ 27.3 TV___
27.4 El Comité Central___ 27.5 Asamblea General___
27.6 NR___
28. ¿Qué otros comités existen en su colonia además del Comité Central?
28.1 De agua___ 28.2 Luz___ 28.3 Escuelas___
28.4 Salud___ 28.5 Otros___ 28.6 NR___
29. ¿Qué opinión guarda acerca del Comité Central de su Colonia?
29.1 Sirve para resolver los problemas. SI___ NO___
29.2 NR___

- 13.4 Drenajes _____
13.5 NR _____
14. ¿Estaría usted dispuesto (a) a colaborar económicamente para la perforación de pozos de agua en su colonia?
14.1 SI _____ 14.2 NO _____ 14.3 NR _____
15. ¿Tiene negocio?
15.1 Tienda _____ 15.2 Venta de Licor _____
15.3 Panadería _____ 15.4 Taller _____
15.5 NR _____
16. ¿Vehículos que posee?
16.1 Automóvil _____ 16.2 Moto _____
16.3 Microbús _____ 16.4 Bus urbano _____
16.5 Taxi _____ 16.6 NR _____
17. ¿A cuántos años plazo compró su vivienda?
17.1 a 5 años _____
17.2 10 años _____
17.3 15 años _____
17.4 20 años _____
17.5 NR _____

B. COMUNICACION SOCIAL

18. ¿Cuáles son los periódicos más leídos en casa?
18.1 Prensa Libre _____ 18.2 El Gráfico _____
18.3 Siglo XXI _____ 18.4 La Hora _____
18.5 La Extra _____ 18.6 NR _____
19. ¿Qué secciones de los periódicos les gusta más?
19.1 Noticias _____ 19.2 Editoriales _____
19.3 Columnas _____ 19.4 Sociales _____
19.5 Deportes _____ 19.6 NR _____
20. ¿Cuál es la radio más escuchada en casa?

21. ¿Qué canal de televisión les gusta más en casa?
21.1 El 3 _____ 21.2 El 5 _____ 21.3 El 7 _____
21.4 El 11 _____ 21.5 El 13 _____ 21.6 NR _____

30. ¿Cómo ayudan los vecinos al Comité?
30.1 En efectivo____ 30.2 Asistiendo a sesiones____
30.3 Acuerpando manifestaciones____
30.4 Aportando ideas____
31. ¿Cómo se informan ustedes de las tareas del Comité Central?
31.1 Sesiones____ 31.2 Circulares____
31.3 Pregoneros____ 31.4 Otros medios____
31.5 NR____
32. Las mejoras obtenidas en su colonia se deben a:
32.1 La organización de los vecinos____
32.2 Voluntad del gobierno____
32.3 Colaboración extranjera____
32.4 Acción conjunta vecinos y entidades____
32.5 NR____
33. De los miembros de su familia ¿quiénes van a la escuela?
33.1 El padre____ 33.4 Los hijos____
33.2 La madre____ 33.5 NR____
33.3 Ambos____ 33.6 Ninguno____
34. ¿Qué religión practican en su casa?
34.1 Católica____ 34.2 Evangélica____
34.3 T. de Jehová____ 34.4 Otra____

ANEXO 2

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

GUIA DE OBSERVACION COMPLEMENTARIA PARA EL DIAGNOSTICO COMUNICACIONAL
DE LA COLONIA CAROLINGIA

INFORMACION SOCIAL

1. Cantidades de iglesias y religiones dentro de la comunidad.
2. Número de escuelas primarias e institutos secundarios.
3. Cantidad de colegios privados.
4. Cantidad de academias de mecanografía.
5. Número de cantinas en el lugar.
6. Dispensarios o Centros de Salud.
7. Guarderías.
8. Instituciones benéficas actualmente.

COMERCIO DEL LUGAR

1. Cuántos mercados funcionan.
2. Cantidad de tiendas.
3. Número de farmacias.
4. Talleres de herrería, mecánica, etc.
5. Panaderías.
6. Peluquerías.
7. Centros de belleza.
8. Reparaciones de calzado.
9. Servicio de fletes y taxis.
10. Otros negocios abiertos.

ANEXO 3

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

CEDULA DE ENTREVISTA CARA A CARA A PRACTICARSE CON LOS PRINCIPALES LIDERES DE LA COMUNIDAD CAROLINGIA

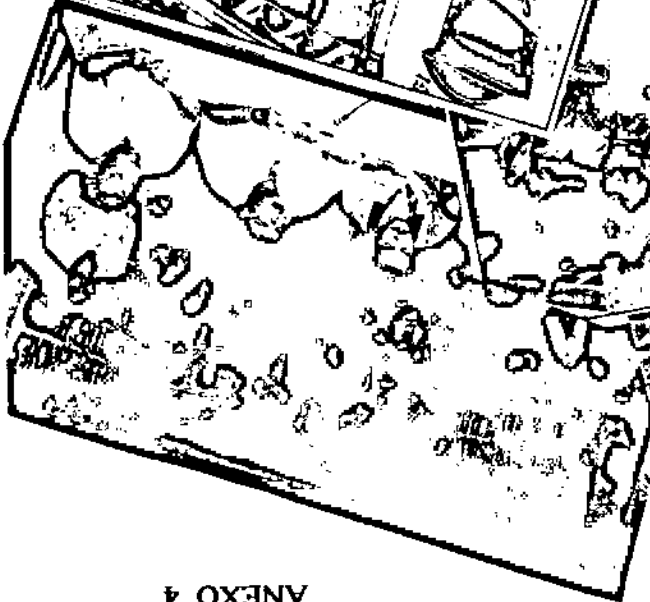
1. Por favor, nárreme usted cómo llegaron por primera vez a los terrenos que hoy ocupa la colonia Carolingia.
2. ¿Cuál ha sido el verdadero papel del Comité de Reconstrucción Nacional y el Banco Nacional de la Vivienda BANVI?, pues tengo entendido que ambas instituciones no son bien vistas por ustedes.
3. ¿Qué me cuenta del Comité de Iglesias Evangélicas El Calvario "CEMEC" y la ayuda económica?
4. ¿Cuál es el problema fundamental que les afecta?
5. ¿Qué puede contarme acerca de la Personería Jurídica del Comité Central de la colonia?
6. ¿Por qué ustedes como líderes sostienen que no constituyen una colonia sino simplemente el Asentamiento Carolingia?
7. Con lo conversado, ¿podríamos deducir que a la fecha nadie ha amortizado nada sobre la vivienda?
8. Además de las 1,400 viviendas originalmente reconocidas en la comunidad a partir de 1,975, ¿hasta qué cifra se han incrementado las mismas tomando en cuenta el crecimiento de los hijos, formación de nuevas familias y más invasiones?
9. ¿Desea agregar algo?

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION.

Guatemala, noviembre de 1,990.



O Foro



ANEXO 4

IMPRESOS "CARMA"
10a. Avenida 3-32, Zona 1
Teléfono 80-3-71
Guatemala, C. A.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central