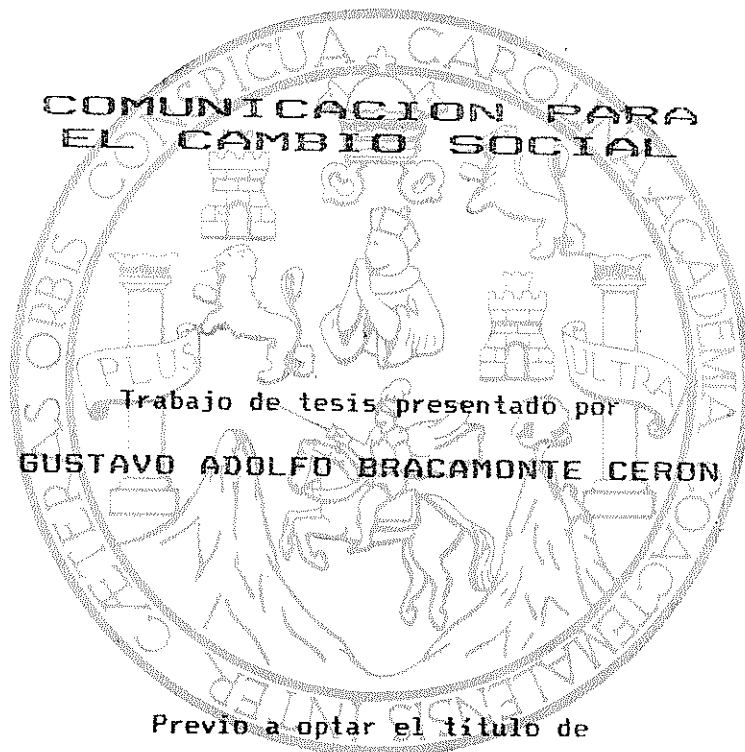


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación



COMUNICACION PARA
EL CAMBIO SOCIAL

Trabajo de tesis presentado por
GUSTAVO ADOLFO BRACAMONTE CERON

Previo a optar el titulo de

ICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Guatemala 1996

DIRECTOR
Lic. Carlos Humberto Interiano

COMISION DIRECTIVA PARITARIA

REPRESENTANTES DOCENTES
Lic. Cristóbal de Jesús Rivera López
Lic. César Augusto Urizar Méndez

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES
Héctor Arnoldo Salvatierra
Carlos Noel Menocal Chávez
Gustavo Bracamonte Cerón

SECRETARIA
Licda. Miriam Isabel Yacuté Muralles

TRIBUNAL EXAMINADOR
Licda. Lesvia Morales
Licda. Ma. del Rosario de Loarca
Licda. Miriam Yacuté
Lic. Carlos Interiano
Lic. Cristóbal Rivera

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Guatemala

Guatemala, mayo 24 de 1996.
ECC 633-96

Señor estudiante
Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón
Esc. Ciencias de la Comunicación

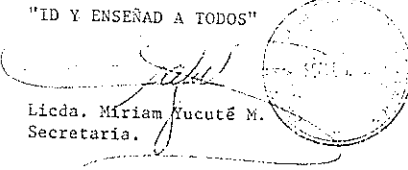
Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el punto DECIMO, del Acta No. 14-96 de sesión celebrada el 20 de mayo de 1996.

"DECIMO:... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL, presentado por el estudiante GUSTAVO BRACAMONTE CERON, carnet No. 51019, en base al dictamen de la terna revisora nombrada para el efecto. b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) Se nombra al licenciado Cristóbal Rivera y licenciada Miriam Yucuté, titulares, para que con los miembros de la terna revisora, licenciado Carlos Interiano (Presidente), licenciado Lesvia Morales y licenciada María del Rosario de Loarca, integren el Tribunal de graduación y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Miriam Yucuté M.
Secretaria.

MYM/rde
c.c. Comisión de Tesis

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



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

DICTAMEN DE TERNA REVISORA

Guatemala, 27 de MAYO

de 199 6

Señores
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos Señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____

GUSTAVO ADOLFO BRACAMONTE CERON

Carnet No. 51019 _____, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su TEXTO, cuyo título final
es COMUNICACION PARA EL CAMBIO SOCIAL

Correspondiente al Programa de Práctica Docente y Elaboración de Textos
Didácticos.

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que
pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Membro Comisión Revisora

Membro Comisión Revisora

Presidente Comisión Revisora

Vo.Bo. _____
Lic. Cristóbal Rivera López
Coord. Comisión de Tesis y Programa
de Práctica Docente.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



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

Guatemala, 18 de agosto de 1,995
ECC 908-95

Señor Estudiante
Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 2.5, del punto SEGUNDO, del Acta No. 30-95 de sesión celebrada el 7 de agosto de 1,995.

"SEGUNDO... 2.5... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: Que en virtud de que el estudiante GUSTAVO ADOLFO BRACAMONTE GERON, Carnet No. 51019, presentó la constancia No. 002-95 de Control Académico, que prueba que tiene un promedio de ochenta (80) puntos de rendimiento, en los cursos del área de Comunicación, se le autoriza para que realice su PRACTICA DOCENTE, en el curso Comunicación y Cambio Social, del cuarto semestre de Locución, lo que implica la realización paralela de su trabajo de tesis, consistente en la realización de un texto didáctico del curso, bajo la asesoría de la licenciada Lesbia Morales, titular de dicho curso."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

Licda. Miriam Yucuté
Secretaria



MY/lm

PARA EFECTOS LEGALES, UNICAMENTE EL TESINADO ES RESPONSABLE DEL
CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO

INDICE

	PAG.
Comunicándonos	1
Ubicación temática	3
Para cambiar, conozcamos nuestra realidad	4
La comunicación de masas y sus funciones	5
Estructura de poder de los medios y estrategias de dominación cultural en Guatemala	12
La dominación en la comunicación	21
Neoliberalismo y comunicación	26
Los medios y la atomización de la mujer y el hombre	33
La comunicación desde el poder	39
Comunicación para el cambio social	46
La comunicación como instrumento de cambio	47
Comunicación alternativa	60
La función de los comunicadores	69
Tecnología de la comunicación y cambio social	74
Socializar al hombre y a la mujer	80
Comunicación y cultura	87
Pautas para evaluar nuestro trabajo	96

COMUNICANDONOS...

Desde hace varios años nos planteamos escribir una guía práctica relacionada con la comunicación cuyo objetivo fuese la de proporcionar algunos elementos metodológicos, tanto prácticos como teóricos, para contribuir con los animadores obreros, campesinos y estudiantes, proporcionándoles algunas ideas básicas para utilizar la comunicación en el proceso de transformación de la realidad.

Claro está, que con los elementos que pueda dar la guía no vamos a tener dentro de un tiempo perentorio un país totalmente transformado, pero sí, que permita la posibilidad de buscar los cambios necesarios para lograr una mejor sociedad.

La guía está destinada a los animadores o facilitadores de grupos de obreros, campesinos o estudiantiles.

Entendemos que los animadores o facilitadores son aquellas personas que contribuyen de una u otra manera a la formación de cuadros que colaboran en el proceso de transformación social.

A PROPOSITO DE LA METODOLOGIA QUE USAREMOS...

La guía presenta una metodología que implica la participación en la reflexión continua de la realidad, en la toma de decisiones a nivel personal y grupal, así como el accionar inmediato para transformar la realidad grupal y su entorno.

La propuesta metodológica tiene como finalidad impulsar el trabajo grupal y la socialización del trabajo individual para provocar cambios grupales, comunitarios y progresivamente a nivel nacional. Estamos conscientes que los cambios sociales son paulatinos y requieren de las leyes objetivas y naturalmente de la formación y organización popular.

La guía está dividida en dos partes: La primera pretende analizar la realidad comunicacional de nuestro país y la segunda parte, está orientada a utilizar la comunicación en el proceso de transformación social.

Al inicio de cada tema en cada una de las partes, requiere de la presencia del grupo para la reflexión en conjunto, la socialización del trabajo individual y colaboración en el aprendizaje por parte del facilitado. Luego usaremos la metodología que le permita a usted construir su propio conocimiento a través de lo que llamaremos TEXTO PARALELO, para que usted se convierta en interlocutor y le oriente al autoaprendizaje.

El TEXTO PARALELO es lo más importante de esta guía, pues constituye su propia cosecha, su propia creación. Usted puede hacerlo en forma de folleto, en un folder, en un mural y puede utilizar las técnicas de elaboración que desee. Luego, la expresión de su aprendizaje y un documento para evaluar su proceso de transformación.

En "Hagamos Educación... para un mundo en cambio" Oscar Azmitia y otros, afirman que en la medida en que usted construya su texto paralelo podrá:

- . cambiar actitudes frente al sistema educativo
- . adquirir un proceso permanente de expresión
- . tomar decisiones con respecto a materiales, búsqueda y selección de información
- . encontrar su propio sistema de estudio
- . abrir espacios de participación y creatividad en la comunidad.

INDICACION TEMATICA

No quiero seguir siendo raiz en las tinieblas,
vacilante, extendido, tiritando de sueño,
hacia abajo, en las tapias mojadas de la tierra,
absorbiendo y pensando, cojiendo cada día.

Pablo Neruda

Esta guía está dedicada a los facilitadores o facilitadoras del cambio social, que junto a campesinos, obreros y estudiantes, procuran para nuestro país mejores condiciones de vida y porque ustedes son de los que nunca se dan por "rajado" y no se asustan con la caída de los muros, ni ante cualquier cambio y porque siguen trabajando bajo el sol en la intemperie de noches frías y llenas de hambrunas lejanas.

Lo anterior es suficiente para apoyarlo y colaborar con usted por medio de esta guía, que presentamos en dos partes:

PARTE I: Para cambiar, conozcamos nuestra realidad

PARTE II: Comunicación para el cambio

PARTE I

PARA CAMBIAR, CONOZCAMOS NUESTRA REALIDAD

Para que las personas puedan desempeñar un papel como agentes de cambio en la sociedad, en los planos local, nacional e internacional, es preciso que conozcan la realidad y que dispongan de los elementos suficientes para tomar decisiones adecuadas.

Es por eso que los comunicadores que deseamos facilitar el cambio en nuestro país, estamos llamados a conocer más profundamente la estructura de poder de los medios y su total funcionamiento para poder hacer realidad el cambio.

En esta primera parte trabajaremos los siguientes temas:

1. La comunicación de masas y sus funciones
2. Estructura de poder de los medios y estrategias de dominación cultural
3. La dominación en la comunicación
4. Neoliberalismo y comunicación
5. Los medios y la atomización del hombre y la mujer
6. La comunicación desde el poder

. LA COMUNICACION DE MASAS Y SUS FUNCIONES

Objetivo

Analizar la función de los medios de comunicación en el país tomando en cuenta el contexto social, económico, político y ecológico.

Orientaciones para el trabajo

Vamos a conseguir nuestro objetivo a través de un noticiero popular y a continuación damos los pasos y lo que necesitamos para el desarrollo de la actividad:

1. Materiales necesarios
 - . lápiz
 - . papeles pequeños
2. Desarrollo
 - 2.1 Se divide a los participantes en grupos de 5 ó 6 personas, y se les pide elaborar cables periodísticos acerca de la función de los medios de comunicación en nuestro país o en una determinada localidad, teniendo en cuenta el contexto social, económico, político y ecológico en que viven (que sean hechos concretos). Los participantes pueden tomar en cuenta para realizar su trabajo preguntas como: qué hacen los medios de difusión de masas? Cómo hacen su trabajo? Por qué lo hacen?
 - 2.2 Se pasa al plenario donde se colectivizan todos los "cables" elaborados, en forma de noticieros.
 - 2.3 Cada grupo anota si hay información que ellos no conocían. Si hay alguna información que el plenario juzga que no es correcta, la discute y decide si se acepta o no.
 - 2.4 Se vuelve a trabajar en grupos, con el conjunto de "cables" (información propia y recibida), cada grupo debe elaborar un "editorial" (una interpretación de la situación que están tratando.

- 2.5 Se discute en plenario los diferentes "editoriales". Se recomienda que la redacción de "cables" noticiosos deben ser sobre hechos concretos y redactados como tales y debe crearse el ambiente de un "centro noticioso" (en plenario) con sus repetidoras informativas (que son los grupos). Sin embargo tener cuidado que la forma no supere al contenido que es lo central.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

La comunicación de masas y sus funciones

La comunicación masiva es un producto de la sociedad industrial; surge en la primera mitad del siglo XIX en los países capitalistas más desarrollados, y su importancia crece a medida que aumenta la concentración urbana y la movilidad social, afirma Camilo Taufic en su libro Periodismo y lucha de clases.

Cuando hablamos de masas nos referimos a las aglomeraciones "sin nombre y sin rostro", no organizadas en muchos casos analfabetas y con una conciencia ingenua acrítica; son obreros y campesinos que trabajan y trabajan sin mejorar sus condiciones de vida, que por el contrario se deteriora cada día más, un ejemplo de esto tenemos los campesinos que trabajan en las fincas, que en lugar de mejorar su nivel de vida, ésta se empeora con enfermedades de toda clase. Para ellos especialmente, escribe Taufic, surge la comunicación de masas y como resultado del desarrollo tecnológico surge la prensa, la televisión, la radio, los cuales han sido utilizados por sus dueños no para redimirlos ¡para hundirlos!, para uniformarlos en su "manera de pensar" luego de haberlos estandarizado en su modo de producción para distraerlos de sus objetivos de clase, para crearle falsos valores, ilusiones que no verán concretarse en su vida; para calumniar a sus líderes y a su ideología. Y lo ha conseguido.

Nuestro país no es totalmente industrializado, sin embargo en las ciudades, fundamentalmente en la capital, se concentran muchos obreros y campesinos provenientes de distintas regiones; masas heterogéneas (distintas) que buscan mejores horizontes a través de emplearse en fábricas, maquinas o en el trabajo informal. Hay que transformarlas en hareditas para que produzcan disciplinadamente, y consuman "en masa" los productos lanzados al mercado por los capitalistas.

Los periódicos, la radio y la televisión, son subvencionados o sostenidos por la burguesía a través de la publicidad, que logra que el lector, los radioescuchas o los televidentes caigan en la trampa. Ante la avalancha publicitaria, no sólo los obreros y campesinos sucumben, sino la sociedad en su conjunto se masifica.

"El fenómeno ha llegado a tales dimensiones, que en nuestros días se excluye la posibilidad de que una no masa se mantenga fuera de él en la vida social, ni siquiera las llamadas élites. Desde el punto de vista de la información masiva y de su alcance, parece bastante vano tratar de oponer a las masas de hoy en día, como se hacía aún ayer, una élite escapada de la masificación" (Taufic, Camilo, Periodismo y lucha de clases, pág. 44).

Quizá pensemos que sólo las masas están propensas al influjo de los medios, también el académico, el ingeniero, el abogado, el asalariado de la industria, el campesino, se prestan igualmente a los efectos de la información y la asimilan o toman de igual manera asegura Taufic.

Como nos hemos dado cuenta, que el sistema de comunicación pretende llegar al mayor número de individuos posible afectando la calidad de los mensajes; no importa si son niños, mujeres, hombres, educación, sexo, ocupación, creencias o jerarquía. ¿Qué se pretende con ello? Taufic escribe que en este caso el sistema de comunicaciones de una masa tiene por objeto perfeccionar el control de la clase dirigente sobre las grandes multitudes. Con este fin se trata de ampliar por todos los medios el campo de su influencia,

incluso utilizando "atracciones" como una mujer casi desnuda el sensacionalismo o la exaltación de formas de actuación anormales, como por ejemplo un "Rambo" que es capaz de matar a cien individuos sin recibir un sólo rasguño.

Podríamos decir que la comunicación de masas es un sistema manipulador? Sí, y lo podemos comprobar verificando cómo en nuestro medio han aumentado las radios, el cable y otros sistemas de comunicación, con el afán de tener mayor número de receptores y de esa forma tener mayor influencia social los poderosos, pues esto hará que sean más fuertes.

De acuerdo a Th. Adorno y E. Morin, citados por Taufi en su texto Periodismo y lucha de clases aseguran que "en el sistema privado (capitalista), la búsqueda del máximo, es decir, del máximo de lectores, de oyentes, de espectadores. En el sistema de Estado, es el interés del Estado (de idea o político) el que impulsa al mayor consumo.

Otra tendencia de los medios de masa en relación a sus contenidos es lo que Taufi señala como "sincretismo" o homogeneización, es decir reducir bajo un denominador común los distintos temas que tratan, tan es así que se da un especie de mezcla en los diarios, radio o televisión; cómo mostrar eso? Pues es muy sencillo, en un periódico por ejemplo se dan artículos con tendencia izquierdista, con tendencia derechista, religiosos, sociales, deportivos humorísticos, políticos, cine, etc. o la televisión tiende a ofrecer humor, erotismo, amor, odio, hombres y mujeres con poderes extraordinarios o mujeres muy sentimentales, temas juveniles con los temas para adultos.

La característica esencial de la comunicación de masa es que los medios masivos tienen el propósito de alcanzar la máxima audiencia o sea abarcar el mayor número de personas con el máximo de rapidez y al mismo tiempo en el envío de sus mensajes, de acuerdo a los instrumentos y las técnicas disponibles en cada época; para así coordinar mejor a los distintos grupos y componentes de la sociedad, en torno a los intereses de los dueños de los medios.

Funciones de la comunicación social

El papel universal de la comunicación social es "orientar y organizar", pero en concreto ese trabajo se manifiesta en funciones específicas, que son:

- a) Supervisión de ambiente, es decir, recolección y distribución de noticias dentro de un lugar determinado, tarea que cumple el periodismo. Esta función incluye la orientación e interpretación de las noticias por parte de la clase dominante para realizar aquellas que mejor sirven a sus intereses.
- b) Correlación social, consiste en que los poderosos ponen sus esfuerzos, a través de los medios de comunicación, para lograr el amplio apoyo para sus decisiones.
- c) Transmisión del patrimonio cultural. Desde la tradición oral que utilizaron los Mayas para conservar el saber acumulado, hasta las máquinas más modernas transmiten cultura. Ahora bien, la transmisión de la cultura tiene para la clase dominante un significado muy interesante: transmitir o comunicar los conocimientos que favorecen su dominio y guardar los otros.
- d) Socialización. Es compartir los conocimientos con otros, como sucede en la familia que los padres comparten con sus hijos conocimientos, cultura, educación, etc. Muchas veces los medios de comunicación masiva dan a conocer valores, ideas y palabras de una determinada clase social.
- e) Entretenimiento, una función que tiene por objeto divertir, de acuerdo a las ideas de los poderosos, a los integrantes del grupo social. Lo que es necesario analizar en la diversión, que muchas de las cosas divertidas contiene más basura que formación de valores para una mejor sociedad.

RESUMEN

1. Hablar de masas es hablar de grandes grupos de individuos sin nombre y sin rostro, no organizados.
2. Como resultado del desarrollo tecnológico surge la prensa, la televisión, la radio, los cuales han sido utilizados por los poderosos para someterlos y no para liberarlos o hacerlos mejores personas.
3. Todos los individuos de una determinada sociedad estamos afectados por el influjo de los medios de comunicación y en especial por la publicidad que ocupan los capitalistas para vender sus productos.
4. En relación al contenido, a los medios de masas no le interesa la calidad, los buenos programas, sino llegar al mayor número de personas.
5. Las funciones de la comunicación social son:
 - 5.1 Recolectar y distribuir noticias -Supervisión del ambiente.
 - 5.2 Los poderosos buscan el apoyo de las masas -Correlación social.
 - 5.3 Transmisión de la cultura y otros conocimientos -Transmisión del patrimonio cultural.
 - 5.4 Compartir los conocimientos con otros -Socialización.
 - 5.5 Divertir a la población -Entretenimiento.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 1

Iniciamos el trabajo para conocer nuestra realidad profundizar la Comunicación de masas y sus funciones Trabajemos con esmero y mucha responsabilidad. El trabajo está relacionado con algunas preguntas que usted debe responder y una investigación correcta.

1. ¿Qué porcentaje de analfabetismo tiene Guatemala y su localidad?
2. ¿De qué manera la comunicación de masas colabora en el mantenimiento de esta realidad y de la realidad de pobreza del país?
3. Escuche la radio o vea televisión y escriba cuánta

- horas le dedican a publicidad, cuánto tiempo a programas extranjeros, cuánto tiempo a programas nacionales, cuánto tiempo a programas de su localidad, cuánto tiempo a programas culturales propios de Guatemala o su localidad y cuánto tiempo a noticieros?
1. De acuerdo al trabajo anterior y a las funciones estudiadas, cuál es la función de los medios masivos de Guatemala o de su localidad?
 2. ¿Qué medio utiliza su organización o las organizaciones populares para comunicarse con sus miembros?
 3. ¿Cuántas radioemisoras hay en nuestro país o en su localidad?
 4. ¿Cuántos canales de televisión hay en Guatemala? Cuántos al servicio del pueblo?

¿De qué forma trabajaremos? Platiquemos. Usted y yo somos sujetos de un mismo proceso educativo que desarrollamos a través de esta guía práctica de formación. Es muy importante que usted sea sujeto activo de la guía realizando las sugerencias de trabajo a fin de que la metodología que proponemos tenga los efectos esperados. Usemos para este propósito, un cuaderno, un folder con hojas sueltas o cualquier otro material que nos permita expresar lo que pensamos y así ordenar nuestro trabajo. A esta producción que usted realizará, le llamaremos "Texto paralelo", y será la forma concreta de ver su trabajo y aprendizaje.

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. Taufic, Camilo
Periodismo y lucha de clases
Ediciones de la Flor
Buenos Aires, Argentina
2. Democracia y medios de comunicación centroamericana.
Seminario sobre demandas y perspectivas del ejercicio y la capacitación de los periodistas en el istmo centroamericano.
Heredia, Costa Rica, 1991.
3. Técnicas participativas para la educación popular.
Centro de Estudios y Publicaciones ALFORJA.
San José, Costa Rica, 1984.

2. ESTRUCTURA DE PODER DE LOS MEDIOS Y ESTRATEGIAS DE DOMINACION CULTURAL

Objetivo

Identificar la estructura de poder de los medios y las estrategias de dominación cultural en Guatemala.

Orientaciones para el trabajo

Vamos a utilizar un modelo de interpretación estructural de los medios como es el caso del ARBOL SOCIAL que presenta tres niveles:

- * Ideológico -----> super-estructura
- * Jurídico/político -----f
- * Económico -----> Estructura o base

La dinámica El árbol social usualmente se utiliza para analizar la sociedad como un todo, sin embargo acá utilizaremos para conocer la estructura de poder de los medios.

1. Material a utilizar:

Pizarrón, yeso o papelógrafo y marcadores.

2. Desarrollo:

Se comienza preguntando a los participantes, cuáles son las partes principales de cualquier árbol. Conforme van respondiendo se va dibujando, hasta tener la raíz, el tronco y el follaje del mismo.

Después se pregunta qué función tienen cada una de las partes para el árbol. Conforme vayan contestando, se va anotando donde corresponde la función mencionada.

Debe enfatizarse que el árbol es un todo, un sistema de vida, que necesita de la estrecha interrelación de sus partes, para garantizar su supervivencia. Un comentario que

puede ayudar a esto es que ni un tronco, ni una raíz o un follaje solos, forman un árbol.

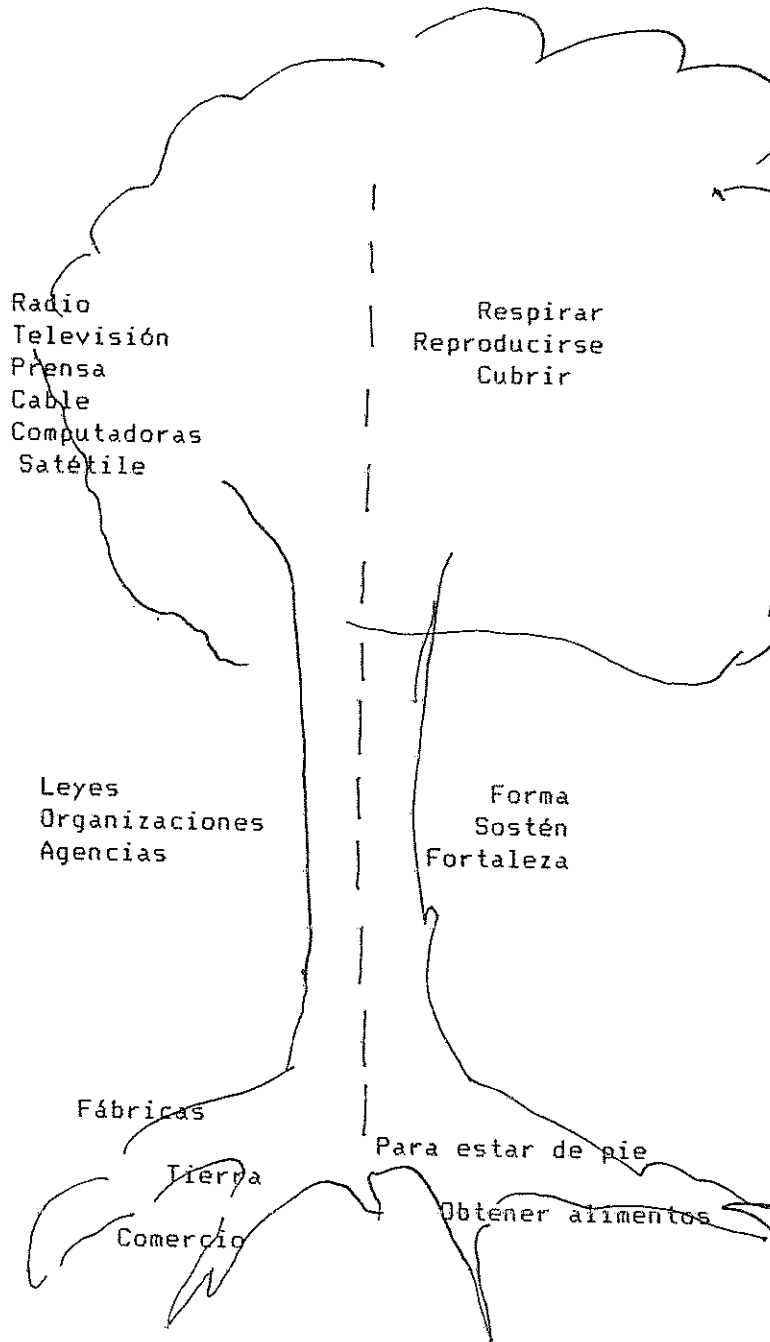
Habiendo resaltado al árbol como un sistema, se procede entonces a compararlo con la estructura de poder de los medios, preguntando: en la estructura de poder de los medios, qué elementos se asemejan o cumplirían las funciones señaladas para la raíz, el tronco y el follaje.

Si la raíz le sirve al árbol para extraer del suelo las sustancias que lo alimentan, en la sociedad ¿Cómo extraemos de la naturaleza todo lo que necesitamos para vivir?

Si el tronco le da fortaleza al árbol, en la estructura de poder de los medios ¿Qué o quiénes simbolizan la fuerza y el poder entre las relaciones de los grupos y comunidades humanas?

Si el follaje cubre al árbol, lo protege y es por medio de las hojas o frutos, que identificamos el tipo de árbol del que se trata, en la sociedad ¿A través de qué medios o elementos los seres humanos, se explican ("descubren"), justifican ("protegen") o reproducen ("encubren"), la clase de relaciones que establecen entre ellos, y los frutos que generan esas relaciones?

Con estas y otras preguntas que el facilitador o facilitadora deberá tener la agilidad de formular, el grupo podrá ir contestando cosas como las siguientes:

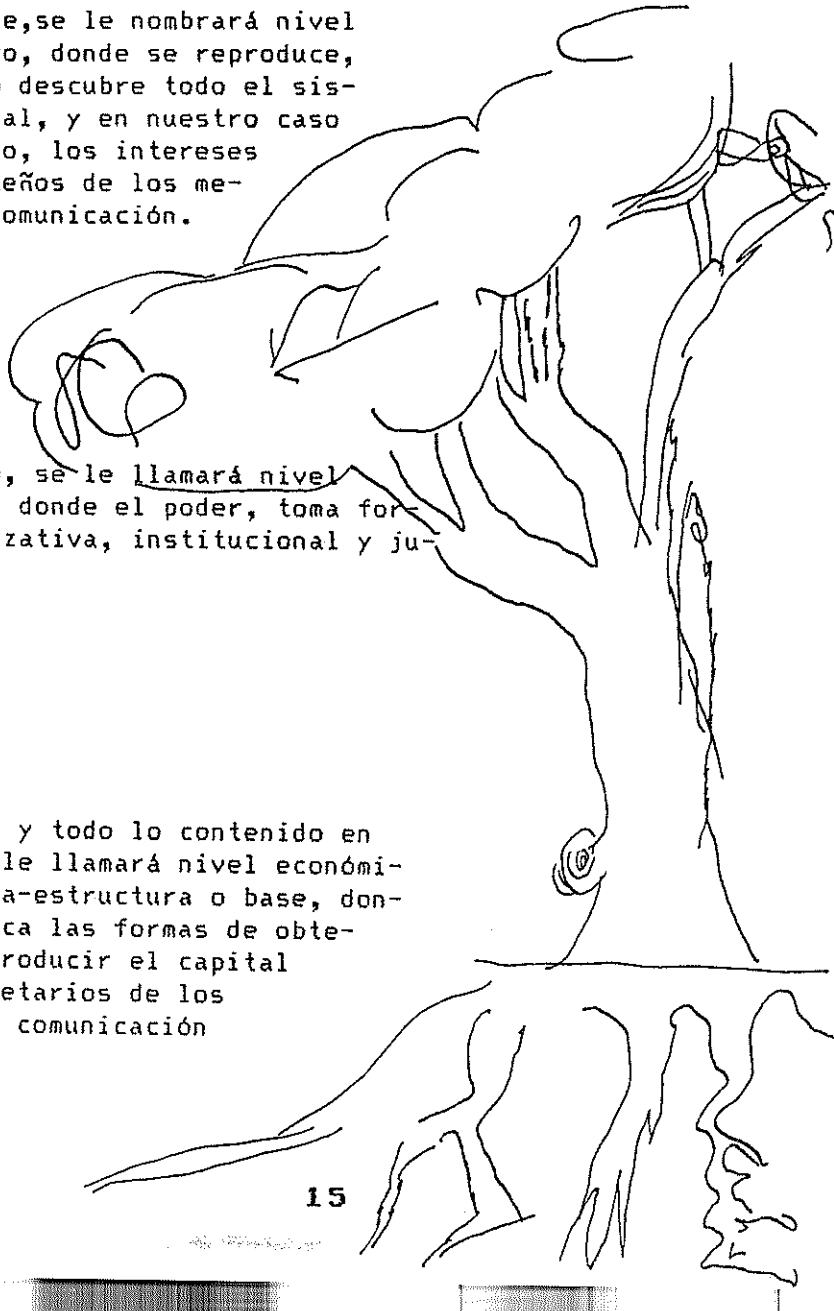


En el desarrollo de la discusión sobre la ubicación de los distintos elementos de la realidad en el árbol, debe llegarse a "bautizar" a cada uno de los tres niveles del árbol aplicado a la estructura de poder de los medios.

Al follaje, se le nombrará nivel ideológico, donde se reproduce, encubre o descubre todo el sistema social, y en nuestro caso específico, los intereses de los dueños de los medios de comunicación.

Al tronco, se le llamará nivel político, donde el poder, toma forma organizativa, institucional y jurídica.

A la raíz y todo lo contenido en ella, se le llamará nivel económico o infra-estructura o base, donde se ubica las formas de obtener o reproducir el capital los propietarios de los medios de comunicación



3. Cómo reflexionar.

La reflexión debe darse durante todo el desarrollo de la técnica; principalmente resaltando el siguiente punto:

que nuestra sociedad, como cualquier otra, es un sistema estructurado y un todo interrelacionado, que se produce, se sostiene y se reproduce constantemente, y que dentro de este proceso se da la estructura de poder de los medios y que es nuestra obligación entenderlo, analizarlo y transformarlo.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE Estructura de poder de los medios y estrategias de dominación cultural

En este campo, en lo que respecta a estudios particularmente referidos a América Latina, podemos señalar dos tendencias.

1. En primer lugar, los estudios que se concentran en torno a la categoría de imperialismo cultural, o la dominación que algún país realiza culturalmente sobre otros llamada también por otros autores como imperialismo de los medios, y que han tomado las nuevas estrategias del grupo de países poderosos en este dominio, a los fines de facilitarles en su nuevo modelo de influencia en los países pobres.

Estos trabajos han reunido cantidad de evidencias que dan la experiencia en torno a los rasgos que la estructura de poder que abarca muchos países ha asumido durante las últimas décadas, la utilización que dicha estructura hace de las modernas tecnologías y la llamada "cultura de masas", hecho reconocido por los mismos portavoces del grupo de países que tienen el poder sobre otros, W. Schramm, en conferencia de prensa ante periodistas estadounidenses y de América Latina dijo claramente en 1974:

"La habilidad de mandar, dirigir y seleccionar información puede llegar a ser una fuente de poder comparable con los grandes recursos naturales, tecnológicos y económicos".

Los principales estudios indican, en efecto, que el desarrollo tecnológico (satélites, computadoras, impresoras e alta velocidad y otras innovaciones) está en condiciones de revolucionar el conjunto de los circuitos de comunicación y la producción ampliada de significaciones ideológicas, con efectos considerables sobre los países subordinados o ometidos.

Es lo que Armand Mattelart llama la "estructura del poder espacial", significando con ello la forma como está organizado el poder en muchos países del mundo. Militarización y concentración de la información en una persona o en una sola agencia o país, asimismo la cultura de masas (los Estados Unidos controlan el 65% del flujo mundial de mensajes) son algunas de las evidencias que alertan respecto de los nuevos sistemas de control de los "aparatos ideológicos multinacionales" o control de los medios de comunicación que trabajan en otros países del mundo, operando sobre los espacios nacionales dependientes, como el nuestro, con el fin de consolidar la estrategia económica, política y militar del país más poderoso del mundo.

Acerca de este tema, las palabras del Director General de la UNESCO, en 1979, son muy ilustrativas para aclarar el nivel y los alcances a nivel mundial de las telecomunicaciones y que a pesar del tiempo transcurrido desde que las pronunció, tienen aún vigencia:

Los medios de que disponen (los países subordinados para dominar la gestión informática y adaptarse a sus aspiraciones específicas son mucho menos vastos que los de los países industrializados. Por esta razón, resultan más vulnerables que los últimos, cuando se trata de integrar en un sistema de valores las exigencias de la innovación científica y técnica. Estos hechos son tanto más inquietantes cuanto que pueden suponer una amenaza cultural a esas sociedades, paralizar su capacidad creadora y, en consecuencia, favorecer el brote de una estructura a nivel de todo el planeta en lo que se refiere a informática en algunos puntos particulares del mundo. (Citado por A. Mattelart y H. Schmucler, América Latina en la encrucijada telemática, folios Ediciones, México, 1983, Pág. 13).

2. En segundo lugar, están los estudios que ha profundizado en la estructura de poder de los medios de comunicación en distintos países latinoamericanos.

La dependencia cultural y tecnológica se da, con distintos matices o formas y asumiendo distintas modalidades en cada formación social. De todas maneras, lo que se impone como rasgo común es la íntima relación existente entre las empresas poderosas, burguesías locales y aparatos de Estado nacionales.

La presencia del grupo de países poderosos, tal como surge de los datos y estadísticas proporcionadas por las investigaciones, se manifiesta en diversos grados de control sobre los medios, ya sea a través de la propiedad de los mismos mediante inversiones directas representadas, de manera similar, un condicionamiento considerable sobre las políticas nacionales de comunicación. Para este último caso es posible citar el control que ejercen, por ejemplo, las agencias de publicidad sobre espacios televisivos y radiales, y también sobre la prensa en general. Un número bastante restringido de agencias de origen estadounidense controlan la mayoría de los anuncios publicitarios. Estos constituyen una modalidad indirecta de presión, que se expresa también en la dependencia que mantienen la mayoría de los periódicos de América Latina con respecto a las principales agencias informativas estadounidenses.

Finalmente, la presencia cultural dominante del bloque externo se manifiesta también en las cifras de programación extranjera que cubren los espacios televisivos, las pantallas de cine, los programas radiales (con la difusión de discos de las grandes empresas multinacionales), como también revistas de procedencia estadounidense.

Mediante este tipo de estudios se ha podido verificar (por lo menos desde un punto de vista de cantidad) el grado de internalización de los modelos culturales de los países poderosos en los mercados nacionales, y la relación que los grupos económicos que están en muchos países mantienen con los grupos locales de poder.

RESUMEN

Cuando se habla de estructura de poder de los medios y estrategias de dominación cultural referidos a América Latina, se señalan dos tendencias:

1. La dominación que realizan los países poderosos sobre los países pobres o llamados también de la periferia por estar fuera del desarrollo, a través de los medios de comunicación y usando las modernas tecnologías como satélites, computadoras, impresoras de alta velocidad y otras innovaciones para influir de mejor manera. Su propósito es consolidar la manera de trabajar en lo económico, político y militar en todos nuestros países.
2. La segunda tendencia se refiere al estudio de la estructura de poder de los medios de comunicación en distintos países latinoamericanos, cuya relación se da de la siguiente manera: el país o países poderosos a través de empresas poderosas influyen de distintas maneras sobre la burguesía local y en el Estado nacional para imponernos su cultura y su economía.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 2

Hemos conocido a nivel general la estructura de poder de los medios y algunas estrategias de dominación cultural; ahora identifiquemos la estructura de poder y la dominación cultural de los medios en Guatemala.

1. Empecemos por buscar elementos que puedan permitirnos ver la estructura de poder de los medios en nuestro país. Tomemos en cuenta las siguientes interrogantes:
 - a) Cuántos extranjeros son dueños de radios y canales de televisión en Guatemala o su totalidad?
 - b) Quiénes son los dueños de la o las radios en su localidad, municipio, departamento o la ciudad capital?
 - c) Cuántos programas nacionales presentan en las radios o los canales de televisión? Escoja una

- radioemisora y un canal de televisión.
- d) Qué número de radios no comerciales hay en el país?
 - e) Qué agencias de publicidad nacional extranjeras hay en el país?
 - f) De dónde obtienen, los dueños de los medios de comunicación, los fondos para el funcionamiento de dichos medios?

Con los datos que ya tiene, dibuje o haga un esquema de la estructura de poder de los medios en Guatemala escriba en media página su opinión o puntos de vista de la dominación cultural que realizan sobre su localidad municipio o su departamento.

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. Animadores para el cambio social
CODECAL
Bogotá, Colombia
2. Villacorta O., Manuel R.
La comunicación social en Guatemala
Guatemala, 1987.
3. Cojtí C., Demetrio
La penetración del discurso radiofónico en la comunidades tradicionales mayances.
Extracto de tesis de doctorado.
4. Consultar a:
Publicista Mario Campos
Publicista Dante González
Lic. Carlos Interiano
en Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala.
5. Lectura crítica de los medios masivos
Colección comunicación
Ediciones Don Bosco Argentina y PROA
Buenos Aires, Argentina.
1987.
6. Visite oficinas de las Escuelas radiofónicas
IGER

3. LA DOMINACION EN LA COMUNICACION

Objetivo

Señalar cómo se da la dominación en comunicación en nuestro país participando en la dinámica de grupo y el trabajo personal.

Orientaciones para el trabajo

1. Materiales que se necesitan:

- + fichas de papel tamaño media carta
- + cinta adhesiva

2. Desarrollo:

Se trata de reconstruir la historia de un suceso conocido por el grupo. Se forman equipos de tres y se le entrega a cada equipo una ficha en blanco. Las restantes se colocan al frente.

El juego comienza cuando el facilitador pega en el pizarrón o en la pared una ficha que contiene un suceso relacionado con la dominación en comunicación, el cual analizará cada grupo.

Cada equipo deberá escribir en su respectiva ficha, un dato o hecho relacionado con la dominación en comunicación; evitando el reporte de hechos falseados o comentarios personales.

Siguiendo un esquema parecido al juego de DOMINO, cada equipo trataría de ir colocando, por turnos su ficha de acuerdo a las siguientes reglas:

- a) Si es un hecho temporalmente anterior al mostrado en la ficha inicial, la ficha del equipo en turno se colocará a su izquierda y si es posterior, a la derecha.
- b) Cuando se trata de sucesos simultáneos, los de

- mayor importancia se colocan arriba de la ficha y los menos importantes, abajo.
- c) Cada equipo deberá explicar las razones a la que obedece la ubicación de su oficina. Si el plenario está de acuerdo, la ficha se deja en su lugar; si no hay acuerdo, se retira. El facilitador debe procurar a través de preguntas que la discusión en plenario sea profunda y que cumpla el objetivo propuesto.
 - d) Los equipos van acumulando sus fichas que consideran incorrectas y cada vez participan en el juego, deberán tomar una ficha en blanco para su próximo turno.

3. Reflexión

El proceso de análisis se debe ir generando en los momentos de discusión de la colocación de las fichas. Ya sea por su ubicación temporal (izquierda o derecha) y sobre todo por la importancia (arriba o abajo) que tiene dentro de la historia del suceso.

El análisis de la colocación de las fichas debe ser dirigido a la determinación de las CAUSAS principalmente del hecho planteado.

Puede ser conveniente ir anotando en un papelógrafo los elementos más importantes de la discusión para que al final de la actividad, lograr una síntesis que dé una visión global del hecho señalado y analizado.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

Dominación en comunicación

Somos un país pequeño, nos decía un catedrático universitario, y como tal tenemos que aceptar la dictadura económica que nos imponen los países del Norte bajo las políticas neoliberales. No podemos hacer nada. Estamos supereditados al quehacer de una minoría, que el 15% de la humanidad, quienes determinan las formas miserables de vivir para el resto.

En cada país existen minorías que plantean un supuesto fin de las ideologías, pero que nos imponen como normas sus formas de ver las cosas, valoraciones y tipos de relaciones, con el propósito que las adoptemos y las hagamos nuestras. De acuerdo a Bordenave-Carvalho esta ideología es aprendida durante la socialización en los hogares, durante la escolarización y durante la politización, pero, además es constantemente reiterada y fortalecida por los medios de comunicación de masas. Entonces ¿Murió la ideología?

Quizá se pregunten cómo las élites nos impregnan de su ideología; pues a través de la constante propaganda comercial, de los entretenimientos, telenovelas, historietas cómicas, y hasta con las noticias de las que nos preciamos que son objetivas. Todo contribuye al sometimiento agradable de las masas o de la población, permitiendo a las élites mantenerse en el poder.

Otro factor importante que facilita el dominio de la minoría sobre la mayoría lo constituye la propiedad privada de los medios de comunicación social, cuyas características esenciales las plantea Beltrán y Cardona citados por Bordenave-Carvalho en su libro Planificación y comunicación:

1. En general, un alto nivel de concentración.
2. Un formato oligopolista (Mercado en el que hay pocos vendedores y muchos compradores) particularmente agudo en los casos de la radio y la televisión.
3. Una tendencia hacia el monopolio internacional en el caso de la televisión (Una persona o un grupo es dueño de muchos canales de televisión en varios países del mundo).
4. El marcado predominio de la propiedad privada sobre la pública.
5. Una clara conexión o unión entre la propiedad de los medios -especialmente la de los mayores diarios y canales de televisión- y la propiedad de los más importantes medios de producción (minería, agricultura, fábricas y banca) identificado con el estado actual de cosas.

En relación a las características anteriores, podemos plantearnos una pregunta: ¿Qué influencia tienen las mayorías para proponer su proyecto o un ejemplo de sociedad? Es obvio que ninguno, pues los medios están en manos de los poderosos quienes influyen directamente en la realidad cotidiana contribuyendo a organizar el mundo material según los contenidos de clase, nos afirma claramente Camilo Taufic.

RESUMEN

En la actualidad existe una dictadura económica que imponen los países poderosos y no sólo imponen una única economía, sino también sus formas de pensar, sus antivalores nos dicen que es bueno y que no, su política, etc. que además es constantemente reiterada y reforzada a través de los medios de comunicación.

En nuestro país existe una minoría que son dueños de los medios de producir riqueza y de los medios de comunicación, quienes nos meten su forma de pensar a través de la publicidad, telenovelas, noticias, entretenimientos influyendo directamente en nuestra realidad de todos los días.

SUGERENCIA DE TRABAJO No. 3

Sobre la base de las reflexiones anteriores podemos afirmar que los medios son poderosos y que obviamente influyen bastante en las mayorías. Veamos en la práctica qué es lo que usted puede asegurar a través de la investigación:

1. En nuestro país ¿Cuántos canales de televisión y radio pertenecen a la empresa privada y cuántos al Estado?
2. ¿Cuántos periódicos pertenecen al gobierno y cuántos son propiedad privada?
3. ¿Cuáles son los valores (de acuerdo al criterio de los ricos) que la ideología dominante fortalece o impulsa más a través de los medios de comunicación?
4. Busque o dibuje una caricatura que presente acertadamente el poderío de los medios de comunicación. Adjúntelo a su texto paralelo.

- i. Qué piensa usted de la siguiente afirmación: "... la lucha no debe librarse contra los medios como tales, como expresión del desarrollo científico y tecnológico, sino contra el monopolio (una persona o grupo dueños de muchos medios de comunicación y no permiten que la población participe en ellos) de tales medios en beneficio de los grupos dominantes" (Máximo Simpson Grinberg, Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades).

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. Bordenave-Carvalho
Planificación y Comunicación
Fascículo s/f.
2. Shetemul, Haroldo
Artículo Prensa restringida en democracia restringida
Revista Libre Expresión
No. 1, 1991
Guatemala.
3. Cortés Rocha, Carmen
La escuela y los medios de comunicación masiva
Secretaría de Educación Pública
México, 1986.
4. Taufic, Camilo
Periodismo y lucha de clases
Ediciones la Flor
Buenos Aires, Argentina.
19173.

4. NEOLIBERALISMO Y COMUNICACION

Objetivo

Enumerar los efectos del neoliberalismo sobre la comunicación y las mayorías de nuestro país.

Orientaciones para el trabajo

El facilitador comienza el trabajo motivando al grupo. Para ello puede servirse del siguiente relato.

Había una vez un país con problemas, muchos problemas. Voy a leerles lo que narra un escritor guatemalteco:

"... El guatemalteco debería ser rescatado (autorrescatarse mediante una revolución) de la miseria, pero mediante otras vías, procedimientos y maneras de entender la economía, si el núcleo de poder político (valga la redundancia), pudiera entender lo que digo o se le tumbara de una buena vez. Para mí la economía es la manera cómo se forman, cómo se distribuyen y cómo se consumen las riquezas y valores de un país o de lo que sea. El diseño económico de Guatemala no ha permitido, por siglos, ni lo permite aún ni lo permitirá con los partidos de extrema derecha PAN y FRG, una vía para que cada ciudadano pueda y tenga la oportunidad de emerger y salir de la letrina de la miseria. Muy por el contrario: ha estimulado y disimulado (cuando es necesario), relaciones interpersonales de trabajo, donde la explotación y la falta de entradas a la alfabetización y educación, han logrado mantener en un verdadero infierno y martirologio al 95% de la población. Esta población que, dicho sea de paso, ha crecido sin ninguna política moderna de población, lo que hace más difíciles las cosas, se encuentra casi en las vísperas de Biafra y como la iniciativa privada ni quiere pagar impuestos ni quiere sostener numerosas fundaciones benéficas, el Estado inventó al FIS y sus adherencias (que debe haber copiado de algún otro país tercermundista) para que de una vez la gente se muera de hambre y no caiga como moscas en incontable mortandad.

Hemos llevado a ese estado de pobreza extrema o de miseria a tantos millones de guatemaltecos, porque queremos seguir sobre el caballo de polo del señorito satisfecho

Porque hemos decidido que, mientras el cuerpo exangüe de Cristo (que es el pueblo) aguante, vale la pena seguir teniendo ganancias ilimitadas y viviendo, unos, en la opulencia más obscena, mientras otros se alimentan con el reciclaje de sus excrementos..." (Fragmento del artículo "La economía nacional es reflejo de la política expoliadora y explotadora" de Mario Alberto Carrera, publicado en Siglo Veintiuno, lunes 4 de diciembre de 1995).

2. Se divide a los participantes en grupos de 5 ó 6. Cada grupo contesta a estas preguntas o pautas de trabajo.

1. Enumera las 3 cosas que más dificultan el desarrollo de los más pobres de nuestro país.
2. Escriban tres cosas que los ricos quieren hacer en el país (desde el punto de vista económico)
3. ¿Cuál es la influencia del neoliberalismo sobre la comunicación?

3. Se hace una puesta en común de lo que los grupos han contestado a cada pregunta o sugerencia de trabajo. Se establece un diálogo general en la reunión sobre el tema, a partir de la puesta en común.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE Neoliberalismo y comunicación

Crece la preocupación en Latinoamérica por la influencia del neoliberalismo sobre la comunicación y la cultura.

Como sabemos el neoliberalismo ha producido muchos cambios a nivel económico y político, los cuales pueden estar afectando negativamente a los patrones informativos y culturales de nuestros países. Se tiene miedo a que la aplicación de la doctrina del "dejar hacer" haga aun más inalcanzable la aspiración de acordar políticas de intervención racionalizadoras del uso de los medios. Se apunta al riesgo de que hoy mucho más que antes no se entiendan los mensajes como productos socioculturales sino como simples mercancías fríaente sujetas a la ley de la

oferta y la demanda. Con la implantación del neoliberalismo que no es sino otra forma del capitalismo, los sectores populares tendrán menos posibilidades de participación y acceso a una democracia real y funcional, como lo demandan los sectores revolucionarios del país; en este sentido advierte un comunicólogo mexicano "la modernización neoliberal de Latinoamérica básicamente reduce el proyecto educativo y cultural del Estado y de la sociedad a fortalecer y expandir las relaciones de mercado que respaldan el proyecto de super acumulación global en nuestra región; y a ampliar y reforzar los procesos culturales más abiertos, democráticos y participativos que durante tanto tiempo han demandado los grandes sectores básicos de nuestro continente (Esteinou, 1992, Pg. 35).

Más Medios en menos manos

Hace quince años atrás no existían tantas radios como ahora, tantos medios de comunicación en general, posiblemente pensemos que ese aumento enorme de medios en nuestro país ofrece la posibilidad de ampliar el acceso de la población a los mensajes de aquellos y eso, en principio favorece a la democracia. Pero el que efectivamente lo haga no depende únicamente de la cantidad de medios disponibles sino del contenido de sus mensajes.

En efecto, en la década de los 80, los avances de las nuevas tecnologías de comunicación han sido tales en la región que han logrado aumentar grandemente la disponibilidad general y alcanzar en los casos de la televisión y el video imprevisos niveles de holgura que colocan a la región mucho por encima de índices de otras regiones del mundo subdesarrollado y aun de países europeos como España, Francia e Italia. Pero, a pesar del aumento considerable de los medios en nuestros países y concretamente en el nuestro, se observa un fenómeno muy interesante que consiste en la disminución del proceso de mensajes producidos dentro de la región, en este sentido el comunicador peruano Rafael Roncagliolo afirma: "Este y no otro es el desafío principal que el libre comercio plantea a las comunicaciones. La liberalización, privatización y transnacionalización de la

industrias culturales y de las telecomunicaciones significa, en concreto, aculturación, pérdida de identidades y pluralidades culturales, incorporación en la "Global Village" de McLuhan que es a la vez el "Global Supermarket" de Barnett Muller... ¿Seremos capaces de desarrollar una producción cultural latinoamericana y latinoamericanista en estos tiempos del libre comercio?

Los efectos visibles en Centroamérica

El analista costarricense Ricardo Sol Arriaza (1992) destaca la relación estructural que existe entre los procesos económicos y la comunicación colectiva e indica que ella se manifiesta decididamente en la toma de decisiones políticas y económicas. Ejemplo de ello, a su ver, es la estrecha relación determinada por el neoliberalismo en Latinoamérica entre las transformaciones económicas internacionales y la nueva institucionalidad política que ellas prolijan en los niveles nacionales al suplantarse al Estado para otorgar papeles protagónicos al sector privado.

Observando el cambio que se está llevando a cabo en los países latinoamericanos, podemos darnos cuenta que de las nuevas tecnologías de comunicación audiovisual, junto con la informática y las telecomunicaciones están pasando a manos del sector privado y desplazando al sector público de su manejo.

Y no sólo esto, también los políticos se ven obligados a aumentar su presencia en los medios masivos para conquistar legitimidad en las nuevas circunstancias, de este nos podemos percatar en las últimas campañas de los muchos partidos políticos del país. Ricardo Sol sostiene que, estas transformaciones no están ampliando ni la oferta ni la recepción de productos culturales, pues, al contrario, impiden la pluralidad de mensajes para favorecer la homogenización o igualar a todos que el neoliberalismo fomenta.

El Mercado gobernará a la cultura

El Neoliberalismo sostiene que el mercado es importante

y lo privilegia por encima de todo, es precisamente aquí donde encontramos el gran peligro debido a que el mercado se constituye en el principal determinante de la comunicación y la cultura, en este sentido nos habla el investigador mexicano Javier Esteinou Madrid cuando dice: "...dentro del reciente patrón de crecimiento neoliberal que ha asumido nuestra región la verdadera reactivación del proyecto de comunicación y de las culturales nacionales no surge de la antiquísima demanda de los numerosos grupos sociales básicos para resolver las necesidades sociales más apremiantes de la población latinoamericana; sino que se deriva de la incorporación acelerada de nuestras sociedades al mercado mundial..." (Esteinou, 1992 pg. 34).

Muchas veces hemos pensado que la comunicación se hace horizontal y donde las mayorías que han soñado con mejores condiciones de vida, tengan mayores posibilidades de participación en los medios para exponer sus necesidades y plantear proyectos de desarrollo, sin embargo con la liberalización del comercio, advierte la comunicóloga venezolana Elizabeth Safar, permite, justifica y legitima la concentración vertical y horizontal de los medios de comunicación y la consolidación de los grandes conglomerados de industrias culturales, aun cuando estas prácticas suponen una ley de la jungla, en donde los pequeños propietarios de medios y productores de programas, así como servicio públicos de radiodifusión, tratan de sobrevivir.

RESUMEN

En la actualidad existe una creciente preocupación por la influencia del neoliberalismo sobre la comunicación y la cultura por las siguientes razones:

1. Que al aplicar la doctrina del "dejar hacer, dejar pasar" los mensajes se conviertan en puras mercancías
2. No se ampliarían y reforzarían los procesos culturales más abiertos, democráticos y participativos que desde hace mucho tiempo demandan los sectores mayoritarios de Latinoamérica.

- . Que ha aumentado el número de medios de comunicación debido al desarrollo tecnológico, sin embargo los guatemaltecos y los latinoamericanos en general tienen menos posibilidades en la producción de mensajes y vemos y escuchamos más de otros países que no son precisamente los nuestros.
- . Suplantar o quitarle el papel al Estado para darle papeles protagónicos al sector privado. Esto traería la consecuencia dolorosa que los servicios que presta el Estado como es Salud, Educación y otros se verían mermados más de lo que los tenemos en el momento actual.
- i. Muchos de los medios de comunicación oficial están pasando a manos del sector privado.
- . Que el mercado va a constituirse en el principal determinante de la comunicación y la cultura y viviremos en la ley de la selva "el que tiene más galillo traga más pinol".

SUGERENCIA DE TRABAJO No. 4

Pablo VI decía: "... Ha sido construido un sistema que considera el lucro como el motor esencial del progreso económico; la propiedad privada de los medios de producción como un derecho absoluto, sin límites ni obligaciones sociales correspondientes. Este liberalismo sin freno conduce a la dictadura".

1. ¿Cuál es su opinión al respecto?
2. De acuerdo al tema tratado anteriormente, escriba por lo menos tres aspectos que el libre comercio afectaría a las comunicaciones.
3. ¿Cuáles son los efectos del neoliberalismo en Centroamérica?
4. Elabore un periódico mural para colocarlo en un lugar visible de la comunidad, barrio o sede de su organización. Presente en el periódico distintos aspectos del neoliberalismo, lo que se escribe en los periódicos locales, sus repercusiones en Guatemala, caricaturas, entrevistas de sus dirigentes, etc.

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. Nuevos Rostros
Para una comunicación solidaria
III Asamblea conjuntas y continentales.
Quito, Ecuador 1994.
2. Mattelart, Armand
Nuevas Estrategias de dominación para América Latin
en el campo del las comunicaciones
Revista Latinoamericana de Educación Popular
Abril de 1982.
3. El periódico mural comunitario y el fotomontaje
Manuales didácticos CIESPAL
Quito, Ecuador 1983.

5. LOS MEDIOS Y LA ATOMIZACION DE LA MUJER Y EL HOMBRE

Objetivo

Definir la falta de solidaridad y aislamiento del hombre y la mujer en la sociedad actual.

Orientaciones para el trabajo

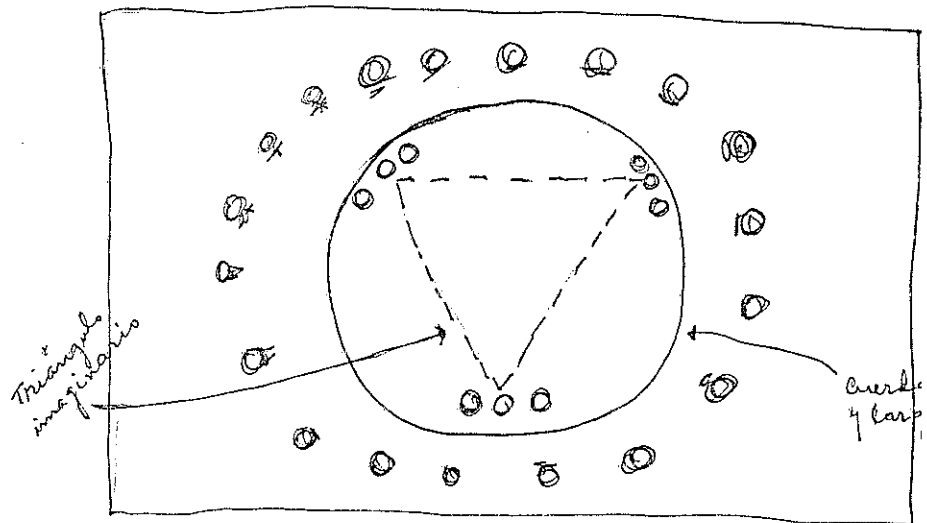
Vamos a trabajar sobre la base de la dinámica titulada El objetivo, para ello necesitamos observar los siguientes elementos:

1. Materiales necesarios:

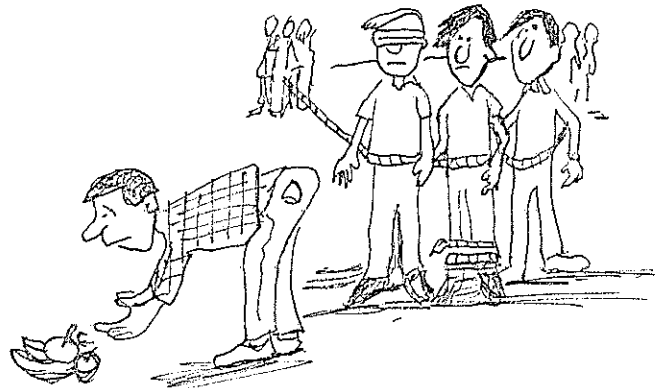
- + lazo de unos 10 metros de largo
- + tres pañuelos para vendar los ojos
- + seis lazos cortos y delgados de un metro cada uno para amarrar los pies.
- + productos agrícolas (maíz, frijol) o frutas de temporada, que pueda simbolizar al sector campesino.
- + cinco tablitas de madera de igual tamaño, algunos clavos y un martillo; para poder representar al sector obrero.
- + libros, lapiceros, cuadernos, que simbolicen a los intelectuales.

2. Preparación.

- a) Se solicitan 9 voluntarios y voluntarias del grupo participante.
- b) Los voluntarios y voluntarias se dividen en grupos pequeños de tres, y cada uno de estos grupos se coloca en el vértice o ángulo de un triángulo imaginario, que está dentro del círculo del grupo grande de participantes. Los voluntarios deben mirar a ese grupo.



- c) A los 9 voluntarios de los tres grupos que forman el triángulo, se les circunda o rodea por la cintura con el lazo largo, conservando cada grupo su lugar correspondiente. En el orden de izquierda a derecha se procede a vendar los ojos del primero de cada grupo; después al segundo se le amarran los pies, y al tercero se le deja libre.



- 1) Estando ya los grupos listos y en sus posiciones, el facilitador se coloca al frente de uno de los grupos y tomando el maíz o las frutas en sus manos, procede a mostrarles a todos los participantes, diciendo: "Este es SU OBJETIVO", evidenciando que está dirigiéndose a todos los voluntarios.
Sin decir más, el facilitador coloca los productos agrícolas o las frutas a metro y medio del grupo al que se colocó.
Se dirige a los tres grupos, se los muestra y dice: "ESTE ES SU OBJETIVO".
Nuevamente sin decir más, coloca a metro y medio de ese grupo las tablitas, los clavos y el martillo.
Por último, colocándose frente al grupo restante, muestra todos los libros, cuadernos y lapiceros diciendo: "ESTE ES SU OBJETIVO". Y los coloca a metro y medio del grupo.
Después, dirigiéndose a todos dice: Ahora se trata de que consigan EL OBJETIVO, no pueden hablar y tienen sólo 3 minutos. El juego termina cuando se logra EL OBJETIVO.

3. Reflexión

Como un primer nivel de reflexión, se les pide a los voluntarios que expresen los sentimientos que en ellos generó la dinámica. Se pueden analizar las actitudes y los roles de los individuos y grupos en el juego y su semejanza con la realidad y cómo actúan los grupos sociales, las organizaciones, los sectores populares.

¿Cuál era el objetivo? ¿Se cumplió con el objetivo?
¿Por qué no se cumplió con el objetivo? ¿Cuales son los obstáculos? ¿Cuál es la causa o causas por la que estamos tan divididos?

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

El hombre y la mujer atomizado de la burguesía

Si leemos analíticamente los diarios del país, vamos a encontrar que el concepto de noticia que manejan los dueños

de los mismos se rige por un perfil de receptor, que Matterlart lo describe como un hombre aislado, individual, desolidarizado de sus compañeros de clase y desvinculado del acontecer histórico. Un hombre objeto de una historia concebida en una dimensión lineal y de permanencia; por ende un hombre que vive el orden particularista de una clase como si fuera un orden universal.

El actor mismo del hecho relatado suele sufrir la reproducción de dicho concepto de noticia y la manera como la prensa liberal presenta el hecho noticioso, impone a su vez la misma imagen de hombre aislado.

Tome un diario y ocúpese de leer las noticias. ¿Cómo abordan los problemas sociales o cualquier otro aspecto de la vida cotidiana? Por ejemplo, el incremento de la violencia, se juzga el fenómeno con alusiones a la incapacidad de las autoridades y no buscan el fondo del problema, lo aísla del sistema; utilizan el modelo del psicólogo, que para Matterlart, es un modelo que interpreta los fenómenos y procesos sociales con la ayuda de leyes psicológicas llega a aislar el fenómeno de la lucha en contra del sistema, de la realidad socialmente dada y, llevándolo al campo de los conflictos de personalidad, lo reduce al nivel de mero producto de una desviación de la psicología individual o una manifestación de estados psicopáticos de un grupo determinado.

El sistema permanece incólume, intocable, perfecto para la burguesía, recordemos en este sentido cuando en nuestro país se dio lo que popularmente se bautizó como depuración, aludiendo y señalando a los políticos de corruptos y ladrones, inclusive hubo un diario que publicaba el "Diputómetro", se comprueba, entonces, el moralismo de la prensa criolla, que es otra modalidad del psicologismo. Se cambió el Congreso de la República, completo y el país quedó satisfecho, ante todo el grupo que tiene el poder económico. La estructura, que favorece a grupos minoritarios, todavía permanece iguala, porque es buena según ellos, lo que se necesita para esa estructura son hombres buenos, honrados decía un candidato a la presidencia en 1995.

Cuando la prensa de los grupos minoritarios, habla de la mujer o del hombre, habla de su individualismo, de sus problemas privados y personales y cuando se habla de su ser social es dentro del marco de la competencia, que por supuesto se convierte en enemigo del resto de la comunidad, seres humanos convertidos en lobos para sus propios congéneres, Homo lupus homini, decía Hobbes en su libro Leviatán. Así, los receptores, apunta Mattelart, a través de todos los mecanismos del modelo normativo individualista, están sometidos a la ilusión de la comunicación.

RESUMEN

En la lectura crítica de un diario nos damos cuenta que el concepto de noticia que manejan los dueños de los mismos en relación al receptor es como una mujer y un hombre aislados, individual, sin un gramo de solidaridad y en la misma forma trata los problemas sociales, sin historia, sin nada que ver con la estructura que ha sido por muchos años generadora de pobreza, delincuencia, corrupción y otros males que sufrimos en nuestro país.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 5

Es momento de reflexionar sobre algunas preguntas, que a juicio nuestro nos parece importante, y que usted debe responder antes de seguir adelante.

1. ¿Cuál es la realidad de la mujer y el hombre en el lugar donde usted trabaja y a nivel nacional?
2. ¿Cómo presenta a la mujer y al hombre la prensa nacional?
3. Los radioperiódicos, los telenoticieros y la prensa, ¿qué soluciones sugieren a las invasiones de tierras realizadas por mujeres y hombres del campo?
4. Redacte una carta dirigida al Director de alguno de los diarios del país, hablándole del tipo de sociedad que usted y su organización desean que presenten en su periódico. Animo!

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. Mattelart, Armand
La Comunicación masiva en el proceso de liberación.
Fascículo suelto s/f
2. Encuentro
Revista de comunicación popular No. 62
Bogotá, Colombia 1995.
3. Encuentro
Revista de comunicación popular No. 58
Bogotá, Colombia 1994.
4. Declaración de Manila
Comunicación para la comunidad
Primer Congreso Internacional
Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristian.
(WACC)

6. LA COMUNICACION DESDE EL PODER

Objetivo

Juzgar los sistemas de comunicación del capitalismo para visualizar los desafíos para los sectores populares.

Orientaciones para el trabajo

1. A través de dramatizar el cuento La comunicación capitalista, que toma como base, el cruel El Mercado de E. Bellamy, el grupo vivirá simbólicamente el funcionamiento de la comunicación dentro de la forma de pensar capitalista.
2. A cada miembro del grupo se les proporciona una copia del cuento. Se distribuyen los papeles para la dramatización del cuento, y luego se procede a la presentación, si el grupo es mayor que el número de personas que efectuarán la dramatización, servirán de público.

A las compañeras y compañeros que se les invite a dramatizar se les puede proporcionar el cuento con anticipación para que se preparen y tengan disponible la utilería.

3. Después de la dramatización se entra en el período de la reflexión, permitiendo en primer lugar, que el grupo exprese lo que generó el cuento a nivel vivencial, se explica cada uno de los símbolos de la técnica.

Iniciando el anterior análisis, debe profundizarse con la siguiente pregunta: ¿Qué frases o situaciones del cuento se parecen o se refieren a la realidad comunicacional que vivimos?

LA COMUNICACION CAPITALISTA
(Cuento)

- NARRADOR:** *Había una vez un país sin medios de comunicación social, y personas que vivían en él tenían mucha necesidad de comunicarse, y la población era muy numerosa. Algunas de las personas que poseían dinero instalaron, primero, emisoras, luego la televisión y después de algunos años, cable. Estas personas se llamaron capitalistas, tenían dinero y eran dueños de medios de comunicación. Otros capitalistas trajeron a vender radios de baterías y eléctricos, televisores en blanco y negro y después a colores. Y sucedió que el pueblo fue a ellos:*
- PUEBLO:** *Dénnos por favor un espacio para comunicar nuestros mensajes y a conocer nuestros problemas a todos los demás.*
- NARRADOR:** *Pero los capitalistas respondieron al pueblo:*
- CAPITALISTAS:** *¿Cómo les vamos a dar espacios si nos ha costado mucho dinero conseguir los medios? Y además, si se nos arruinan vamos a estar con ustedes, sin nada. Sin embargo, para que vean que nos interesamos por ustedes y sus necesidades, les proponemos crear radios en todos los lugares y algunos de ustedes serán nuestros trabajadores y así podrán comunicarse.*
- NARRADOR:** *Y el pueblo respondió:*
- PUEBLO:** *Sólo pedimos que nos den la oportunidad de comunicarnos y nosotros seremos sus trabajadores.*
- NARRADOR:** *Así fue. Pero los capitalistas, que eran hombres hábiles, ante esta situación favorable, organizaron al pueblo que era ya siervo suyo. Algunos los pusieron a trabajar en las radios, a otros en los canales de televisión, a otros en los periódicos. Todos los medios estaban en manos de unos pocos y así se constituyó la propiedad privada de los medios de comunicación social.*
- CAPITALISTAS:** *A cada trabajador de nuestros medios les pagaremos una moneda, pero por cada espacio que ustedes necesiten para comunicar algo tendrán que pagar dos monedas; la diferencia, que es muy poca, si*

nuestra ganancia, o sea, nuestra compensación por el esfuerzo que hacemos para mantener los medios de comunicación a su servicio.

NARRADOR: Ante esto, una parte del pueblo respondió:

PUEBLO: Aceptamos la propuesta, nos parece buena y desde ahora comenzaremos a traer nuestros mensajes.

NARRADOR: Pero la gran mayoría pensó:

PUEBLO: Lo haremos porque no tenemos otra alternativa.

NARRADOR: Algunos del pueblo trabajaron en los medios, otros en fábricas, fincas, construcciones, etc. El pueblo no pudo comunicarse pues cobraba por su trabajo una moneda y por un comunicado tenían que pagar dos.

NARRADOR: Los capitalistas dijeron:

CAPITALISTAS: Oigan, vamos a diseñar programas para todos los gustos y nosotros enviaremos nuestros mensajes, para que ustedes no gasten.

NARRADOR: Y así sucedió. El pueblo se dividió en un montón de grupos, se atomizó; se volvió consumista, se aislaron por la competencia que crearon en los grupos, ya no pensaron más en resolver sus problemas juntos.

CAPITALISTAS: Cada día tenemos que tener más ganancias, usemos el principio de "anunciar para vender", hagamos publicidad.

NARRADOR: Entonces los capitalistas fundaron grandes Escuelas y Universidades para formar a sabios en publicidad, en comunicación, política y otras genialidades.

Los hombres y mujeres formados en las universidades eran los "sabios". Conocían el arte de publicitar cualquier producto, conocían la psicología de las masas, el arte de hablar correctamente. Los sabios apoyaron y defendieron a los capitalistas y fueron sus aliados.

CAPITALISTAS: Es necesario que el pueblo estudie nuestras teorías, pero que no conozca el verdadero secreto de hacerse dueño de medios y de utilizar los medios para unirse y desarrollarse, para ello debemos abrir más universidades, así todos se educarán y conocerán nuestras ideas.

NARRADOR: Sin embargo el pueblo continuaba sumido en la pobreza y sin resolver sus problemas. Algunos miembros del pueblo estaban inconformes con la situación.

CAPITALISTA: Es necesario prevenir que el pueblo se organice y responda con violencia, para ello propongo que se hagan leyes que garanticen la libre emisión del pensamiento y otras que favorezcan a nuestros intereses.

NARRADOR: Los capitalistas, dueños de los medios, se dedicaron a derrochar los espacios radiales, televisivos o periodísticos para anunciar productos que nada tenían que ver con el hambre y las necesidades del pueblo; claro está que obtenían jugosas ganancias y se volvían cada vez más ricos.
Esta situación era el pan de cada día; ante esto aparecieron algunos personajes entre el pueblo que hablaron así:

LIDER: Acabemos con las injusticias, busquemos la solidaridad, organicémonos y busquemos medios de comunicación que nos permitan decir nuestra palabra y responder a nuestras necesidades.

NARRADOR: El pueblo comenzó a utilizar los medios de comunicación para cambiar todo y los capitalistas llamaron a estos personajes y a los grupos

CAPITALISTAS: ¡ASITADORES!

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

La comunicación desde el poder: la lógica de la reestructuración capitalista.

¿Se ha puesto usted a pensar alguna vez hacia dónde van los sistemas de comunicación del capitalismo? ¿Cuál es la forma de pensar o lógica de la reestructuración de los sistemas de comunicación capitalista hoy? Dos preguntas que Armand Mattelart nos hace para conocer a fondo la comunicación capitalista y de esta manera plantearnos alternativas reales y viables, como organizaciones representativas de las mayorías, en lo que respecta a la comunicación.

Según la forma de ver las cosas, Mattelart considera que las fuerzas dominantes se han dado cuenta que el sistema del Estado democrático liberal heredado del siglo pasado pierde día a día vigencia como modelo. Las demandas sociales ejercidas por los diferentes sectores presionan demasiado. De ahí el famoso informe de la Comisión Trilateral que habla sobre los excesos de la democracia, sobre la ingobernabilidad de la sociedad democrática liberal y donde reconocen que este marco ya no conviene al futuro para resolver las crisis políticas y económicas.

Ahora, dejamos para su reflexión una pregunta: ¿Cómo afecta la crisis de la democracia capitalista en el montón de ideas que sostienen la comunicación del sistema?

Tratábamos de ver hacia donde van las sociedades capitalistas, los sistemas de comunicación del capitalismo, debemos recordar, dice Mattelart, que el capitalismo tiene muchas formas de enfrentar su crisis, por ejemplo reformulando sus sistemas de comunicación, es decir, sus aparatos ideológicos, políticos, económicos y militares, pero dentro de una línea de pensamiento del capitalismo.

Para Mattelart se comete uno de los más grandes y constantes errores en los análisis sobre las estrategias de las transnacionales en el momento presente, el error consiste en ver estas unidades principales del sistema económico mundial como si fueran portadores de un sólo proyecto, de un único y gran proyecto que difunde y homogeniza las condiciones de su reproducción. Considera que el proyecto transnacional es finalmente el sobredeterminante de las reestructuraciones nacionales y locales, ese mismo proyecto se expresa en cada caso en función de las condiciones específicas, aprovechándolas, es cierto, pero también tomándolas en cuenta irremediablemente.

Otro asunto incluido en el proyecto de reestructuración del capitalismo es la descentralización. Si leemos los diarios del país o escuchamos noticias por la radio no enteraremos de que se habla mucho de la descentralización de las instituciones del Estado, modernizar la economía, etc.,

pues, esto mismo ocurre con los sistemas de comunicación, ha perdido el miedo a descentralizar, pues como ya dijimos es parte del plan.

Otra de las maneras de mostrar la lógica de reestructuración por parte de el capital transnacional es que consiste que las personas se organicen en asociaciones, miles de entidades y grupitos, pero sin solidaridad social, pues le interesa una sociedad fragmentada, dividida, haciendo que funcionen como las nuevas nómadas de nuestro siglo.

RESUMEN

Las fuerzas dominantes se han dado cuenta que el sistema del Estado democrático liberal se está quedando atrás, ya no responde a las crisis políticas y económicas que a lo largo de su historia han surgido, por esta razón está reestructurando el sistema para enfrentar su crisis:

1. Volviendo a plantear los sistemas de comunicación, es decir todos los aparatos que reproducen sus ideas, política, su economía y lo militar.
2. Las transnacionales se convierten en base para la reestructuración nacional o local, tomando en cuenta las situaciones específicas de cada país o lugar. No copia su modelo en los lugares, sino que toma en cuenta las características de cada lugar.
3. Descentralizando las instituciones del Estado y los sistemas de comunicación.
4. Consciente que las personas se organicen en miles de entidades pero sin solidaridad social para facilitar el consumismo y evitar revoluciones populares.

SUGERENCIA DE TRABAJO No. 6

El poeta guatemalteco Julio Fausto Aguilera se expresó así:

"La patria, les decía, es una casa
donde vivimos todos como hermanos.
Es una hermosa casa, mis amigos,
que todos afanosos levantamos..."

- . ¿Qué diferencia encuentra entre los objetivos del capitalismo y las ideas planteadas por el poeta?
- 1. ¿Qué desafíos plantea el capitalismo para las organizaciones populares?
- i. Escribe un poema donde exprese lo que el capitalismo ha dejado y continúa dejando a nuestras comunidades y guatemaltecos en general.
- 1. Reúna los poemas de sus compañeras y compañeros para que en su texto paralelo tenga un poemario.
- i. Ante los sistemas de comunicación capitalista ¿Cuál es el reto de las organizaciones populares?

BIBLIOGRAFIA BASICA

- 1. Hernández Collado, Carlos y Dahnke Gordón
La Comunicación humana
Mc. Graw-Hill
México, 1986.
- 2. Baena, Guillermina y Martínez Raúl
Comunicación la estrategia del cambio
Revista Libre expresión No. 1
Guatemala, 1991.
- 3. Mattelart, Armand
Nuevas Estrategias de dominación para América Latina
en el campo de las comunicaciones
Revista Latinoamericana de Educación popular
1982.
- 4. El objetivo ahora, según parece, es suprimir medios de comunicación
Revista Crónica
Guatemala, 1944.

PARTE II

COMUNICACION PARA EL CAMBIO

A lo largo de la historia, siempre las élites ha usufructuado el monopolio de la palabra escrita, a lo que ho agregan el de la voz y la imagen, a escala de ciencia-ficción. Los medios, escribe Simpson, son poderosos, pero no so omnipotentes. Esta es la certeza que las organizaciones de pueblo deben tener, pues es posible cambiar nuestra realidad pero para ello se requiere de una formación sólida, hace propuestas y trabajar organizadamente, sólo así construiremo un futuro como el que soñó Otto René Castillo.

Pequeña patria, dulce tormenta mía,
canto ubicado en mi garganta
desde los siglos del maíz rebelde;
tengo mil años de llevar tu nombre
como un pequeño corazón futuro,
cuyas alas comienzan a abrirse a la mañana.

En esta segunda parte estudiaremos y trabajaremos lo siguientes temas:

1. La comunicación como instrumento de cambio
2. Comunicación alternativa
3. Papel de los comunicadores
4. Tecnología de la comunicación y cambio social
5. Socializar al hombre y a la mujer
6. Comunicación y cultura

1. LA COMUNICACION COMO INSTRUMENTO DE CAMBIO

Objetivo

Aplicar la comunicación grupal como un instrumento de cambio personal y colectivo.

Orientaciones para el trabajo

Para trabajar el tema antes mencionado vamos a utilizar la técnica de el "Jurado 13", que utiliza los mismos roles que un jurado tradicional: el juez, el jurado, testigos, fiscal, defensor, y el acusado, que en esta ocasión es la comunicación; y tiene la misma mecánica que un juicio.

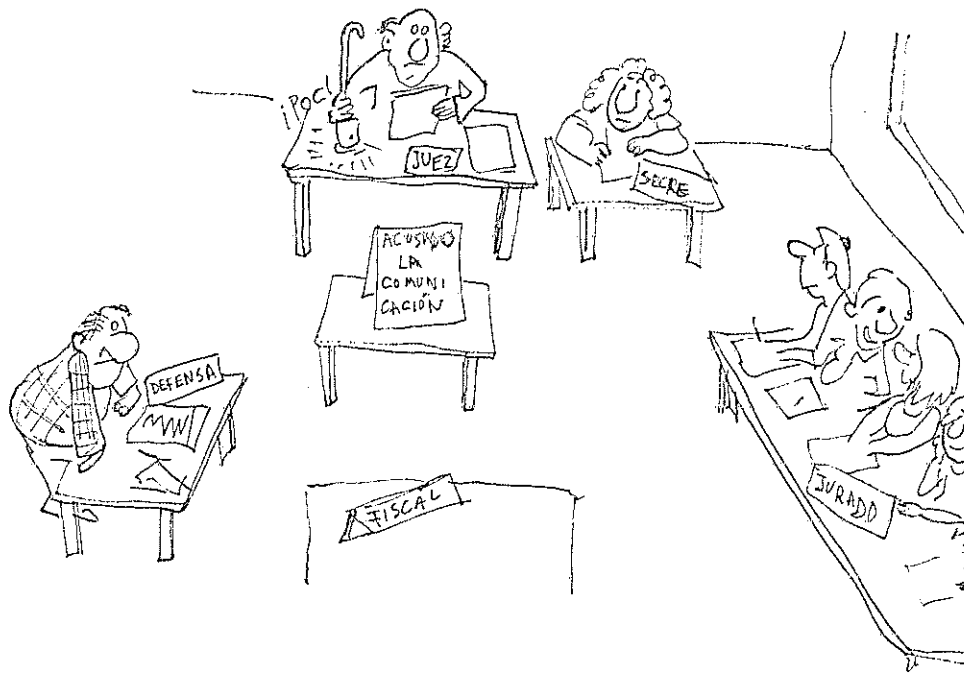
- Se prepara el "Acta de Acusación" donde se plantea por qué se va a enjuiciar a la Comunidad. El acusado es el problema que se va a tratar.
- Una vez elaborada el acta de acusación (ya sea por el facilitador o por un grupo de participantes), se reparten los siguientes papeles entre los participantes.
 - + un juez
 - + 2 secretarios de actas (toman notas para que conste cada participación) al servicio del juez y del jurado.
 - + 5 ó 7 jurados (darán un veredicto, en base a la acusación y las notas de los secretarios).

El resto del grupo participante se divide en dos grupos, uno que defenderá al acusado y el otro que estará en su contra.

El grupo que está a favor deberá:

- a) Nombrar a la defensa (abogado defensor) (uno o dos defensores).
- b) Escoger pruebas y testigos; éstos representarán un papel que el grupo considere importante para sustentar su posición; el papel que representen debe basarse en hechos reales (5 testigos).

- El grupo que está en contra (el que acusa) deberá:
- a) Nombrar al Fiscal (abogado acusador) (uno o dos fiscales).
 - b) Preparar sus testigos y pruebas. Los testigos igualmente deben preparar el papel que jugarán (5 testigos).
3. Los grupos se reúnen para discutir y preparar su participación en el jurado, deben contar con material escrito, visual o auditivo que les permita preparar tener elementos de análisis para la discusión, y el acta de acusación.
- El jurado y el juez deben revisar el acta de acusación con detalle.
- Una vez preparados los grupos (el tiempo lo determina el facilitador) se inicia el juicio. Se distribuyen los puestos en el salón, donde se pondrán los cartones o papeles de identificación.
4. Se inicia el juicio:
- a) El juez leerá el Acta de Acusación y el reglamento de uso de la palabra.



ACTA DE ACUSACION

Considerando que la comunicación no está al servicio de la población más pobre y carente de desarrollo, es la culpable de alienación y sometimiento. Fundamentos de la acusación son los siguientes hechos:

1. La comunicación ha servido únicamente para anunciar productos que son inútiles a los pobres.
2. Ha motivado a la población al consumismo.
3. La comunicación está al servicio de los que tienen el poder económico y político del país.
4. Los explotados no tienen derecho a usarla con los demás miembros de la población porque no tienen los medios.
5. La comunicación ha servido a los dictadores, a los depredadores y a la burguesía para enriquecerse más. Por lo tanto, pedimos se juzgue al acusado en base a lo expuesto y se dé un veredicto final.

REGLAMENTO

Tanto el fiscal como la Defensa tendrán 10 minutos para la primera exposición, y 5 minutos para la segunda, puede usar menos tiempo, pero no más. Primero hablará el Fiscal, después la Defensa.

El interrogatorio a los testigos se hará alternadamente. Dispondrán de 3 minutos para interrogar a cada uno de sus propios testigos y tres minutos para interrogar a los testigos de la otra parte.

Luego que todos los testigos hayan sido interrogados se darán 5 minutos de receso, para que cada una de las partes prepare su argumentación final y 5 minutos para que la expongan.

Una vez expuestas las argumentaciones finales, el jurado dispondrá de 10 minutos para deliberar y llegar a un veredicto (a entrar culpable o inocente al acusado y en base a qué sustentan su posición).

El juez decidirá si acepta o no las protestas que ocasionalmente presenten el Fiscal o el Defensor.

Cualquier otra variación, en el tiempo, en los recesos en tiempos adicionales serán decididos por el juez.

El veredicto será leído por un miembro del jurado.

El juez hará un resumen del juicio, de los elementos centrales, retomará la decisión del jurado y sobre la base de ella dictará sentencia.

Después de dado "el veredicto" se pasa a una discusión plenaria sobre lo debatido para relacionarlo con la realidad y precisar conclusiones.

RECOMENDACIONES

1. Debe prepararse de antemano todo lo necesario tomando en cuenta el grupo, su nivel y el tiempo disponible.
2. Se pueden utilizar varias reuniones para dar la oportunidad de informarse (bibliotecas, periódicos, personas de la localidad) y preparar más cuidadosamente las respuestas y las pruebas a partir de cómo se va dando la discusión.
3. El facilitador puede tener previstos, folletos, libros, audiovisuales, testimonios o visitas que permitan un proceso de investigación y estudio sobre el tema.
4. El facilitador debe estar muy atento, para anotar aspectos importantes de la discusión, para retomarlo en la reflexión final o para apoyar al juez si las discusiones se salen del tema.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE
Pedagogía de la comunicación grupal liberadora.

En este aparato trabajaremos con las ideas que no proporciona José Martínez Terrero en su texto "Comunicación grupal liberadora".

Es muy importante que el animador de grupos sea al mismo tiempo un buen comunicador y un buen educador. Como comunicador, su responsabilidad consiste en procurar que el grupo cultive y respete la autoexpresión de todos sus miembros; abra canales de diálogo y participación, internamente y con el medio ambiente; enriquezca sus códigos y repertorios simbólicos; se beneficie del acopio de información veraz, necesaria para la toma de decisiones; y aprenda a hacer uso de todos los medios y técnicas de comunicación que considere adecuados a las circunstancias.

Como educador, constituye su misión enseñar a aprender, es decir, estimular a los miembros del grupo a aplicar su inteligencia al dominio de operaciones mentales cada vez más complejas y amplias, que al mismo tiempo desarrollan su emocionalidad, su coordinación y poder muscular, y todos los demás aspectos de su personalidad. Pero, al hacerlo, el animador debe procurar que los miembros del grupo mantengan un delicado equilibrio entre el crecimiento del grupo como un todo, evitando, por un lado, el individualismo exagerado y, por el otro, el grupismo exagerado que fanatiza a las personas, quita su libertad y reprime la originalidad y la creatividad.

Para que se dé una verdadera liberación lo que se espera del animador como comunicador y educador, se espera también de cada uno de los miembros del grupo. Cada participante debe ser un comunicador del grupo y un educador de sí mismo y de sus compañeros. Si esto no ocurre el animador ha fallado en su misión, pues la liberación consiste en la adquisición de la autonomía, no solamente por los animadores sino por todos los miembros de la sociedad.

Ahora bien ¿qué pedagogía dentro de las opciones existentes, es la más coherentes con un enfoque dialéctico de la realidad? A juicio de Martínez Terrero la educación problematizadora considera como la más coherente y resume las características de ésta así:

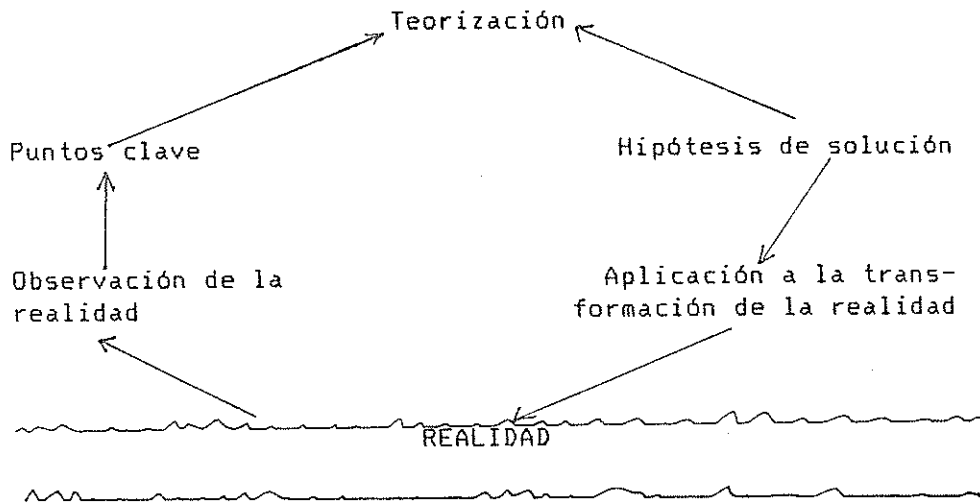
- El punto de partida es la realidad, pues su transformación es la esencia del proceso, es pues, lo central.

- Al problematizar la realidad los aprendices desarrollan su conciencia crítica, aprendiendo a detectar las contradicciones.
- En la lucha por la objetividad, ver las cosas como son, con sus contradicciones principales y secundarias, los aprendices desmitifican ideologías, creencias, supersticiones y falsas instituciones.
- La tarea es teórico-práctica, las dos van siempre juntas, como componentes inseparables de la praxis práctica.
- El diálogo es esencial para confrontar la realidad desde varios ángulos, y facilitar la participación.
- La realidad no es sólo importante en sí, sino el grado de conocimiento que sobre ella, tengan los miembros del grupo u organización.
- Al mismo tiempo que se recogen conocimientos se desarrollan las habilidades de pensar y reflexionar creando nuevos conocimientos.
- Se procura siempre por obtener una visión total unida de la realidad, no fraccionada, pues todo es relacionado.
- Son los grupos humanos los actores protagonistas de la educación y no apenas el individuo aislado.
- Por esta razón, el desarrollo de la conciencia crítica camina a la par al desarrollo de la conciencia social o de clase.

Como podemos ver, la pedagogía de la problematización valoriza el proceso de transformación de la persona y su ambiente, mediante la identificación de las contradicciones internas de los procesos y su enfrentamiento por la acción colectiva. Esta pedagogía puede servir de base educativa al proceso de liberación.

El papel de los mensajes-medios

Esquema del arco de Charles Maguárez



El esquema nos dice que el proceso educativo parte de la realidad, acude a lo general y abstracto (teoría) para entender mejor un determinado problema o asunto, y vuelve a la realidad aplicando las soluciones derivadas de la reflexión sobre la práctica. Durante el proceso se practican los métodos inductivo, analógico y deductivo con mayor o menor énfasis en cada fase.

En este momento nuestro interés es seleccionar los mensajes-medios que serían más pedagógicamente oportunos en cada una de las fases del esquema.

Para ser bien prácticos, imaginemos un grupo o comunidad que se enfrenta a una determinada realidad: la destrucción infantil.

En la etapa inicial -observación de la realidad- la tarea educativa consistiría en que la comunidad aceptase la desnutrición como un problema, para lo cual lo más indicado sería confrontarla con los efectos, síntomas o consecuencias negativas. Se procura entonces ayudar a la comunidad a que

observe y note las manifestaciones de la desnutrición, es decir, cómo ella se presenta entre ellos y cómo les afecta. ¿Qué mensajes-medios nos sirven aquí? Podemos pensar en primer lugar en la reunión, en la cual se estimularía a los presentes a contar sus experiencias con sus niños y los síntomas que presentan cuando no se alimentan bien. Un segundo medio sería la investigación participativa, durante la cual usaríamos láminas, fotografías, películas, carteles, etc., en fin, todos aquellos mensajes-medios reveladores del problema.

En la etapa de puntos clave se trataría de distinguir entre todos los efectos o manifestaciones de la desnutrición observados, los aspectos más importantes, aquellos que nos permiten organizar el problema en sus diversas dimensiones. Así, para la desnutrición, deberíamos poder conseguir que la comunidad identifique como puntos clave las contradicciones sociales que la generan o provocan, a saber:

Los aspectos de salud, como la falta de energías, la facilidad de contraer enfermedades como diarreas y deshidrataciones.

Los aspectos económicos, relativos a la baja productividad y los bajos salarios.

Los aspectos agrícolas, en general la baja producción de alimentos por causa del monocultivo, etc.

Los aspectos culturales, formas de alimentarse, el efecto de la publicidad, etc.

¿Qué mensajes-medios sería convenientes en esta etapa?

Probablemente las pláticas por profesionales, los folletos ilustrados, los programas de radio, videos, periódico mural y dramatizaciones, etc., podrían ayudar a destacar las diversas dimensiones del problema de la desnutrición infantil y a identificar los puntos clave.

Pasando ahora a la etapa de la teorización, su objetivo

es que la comunidad entienda la verdadera naturaleza de la desnutrición, así como sus causas reales. En esta etapa tenemos que apelar a las ciencias y estimular una reflexión más profunda y exigente de parte de la gente. ¿Qué es lo que causa la desnutrición?

¿Cómo se relacionan entre sí los aspectos de salud, los agrícolas, los económicos, los culturales? ¿Qué pueden aportar la antropología, la agronomía, la dietética, etc., para que el pueblo tenga elementos de análisis simples pero potentes para iluminar el problema de la desnutrición?

La teorización es la oportunidad para que el pueblo aprenda a razonar, a buscar causas científicas abandonando las explicaciones tradicionales mágicas o supersticiosas. Aquí es donde el pueblo se concientiza, pues descubre que hay causas estructurales para muchos de sus problemas, cuyas soluciones están unidas con la transformación social. Estas es, pues, una etapa importante para la comunicación grupal liberadora, pues es aquella en que la conciencia crece, sube de nivel, se vuelve más madura, aprende a identificar las contradicciones ocultas por la ideología dominante.

¿Qué medios-mensajes ayudan a la teorización?

Series de diapositivas, películas, mapas y diagramas, folletos ilustrados, grabaciones de audio y video en cinta, conferencias muy profesionales, entrevistas con científicos de varias especialidades, consulta a la sabiduría popular, láminas y carteles con partes del cuerpo humano, con diversos tipos de alimentos, etc., pueden ser útiles, siempre que promuevan una intensa participación en la teorización, que no significa aprender teorías sino analizar las causas básicas de los fenómenos y las relaciones entre sus procesos componentes. Desde el punto de vista dialéctico, se localizan durante esta fase las contradicciones principales y secundarias, y se comprende la dinámica interna del problema en cuestión.

Viene ahora la etapa de hipótesis de solución. Supongamos que la etapa de teorización fue bien hecha

pedagógicamente. ¿Cuál es la consecuencia natural de ese hecho? Que la gente se muestre ansiosa por aplicar su nueva comprensión del asunto a la búsqueda de soluciones. Si el procedimiento es democrático y dialógico, la gente empieza a presentar propuestas de solución, muchas de carácter "hipotético" o supuesto, es decir, definidas en términos de "si hiciéramos esto, tal vez resultaría aquello otro". En esta etapa entonces se comparan y se evalúan las propuestas de la gente y de los facilitadores educativos.

¿Qué mensajes-medios pueden facilitar este intercambio?

Paneles, simposios, discusión en pequeños grupos, dramatizaciones preparadas por la comunidad, carteles hechos por el propio pueblo, uso del franelógrafo y de los carteleros seriados, etc., pueden dar lugar a una presentación amena de las alternativas de solución y la selección de las más viables y aplicables.

Finalmente, para la etapa de aplicación a la realidad ¿qué mensajes-medios pueden facilitar la puesta en práctica de las soluciones, incluyendo el aprendizaje del cómo aplicarlas?

En esta etapa el objetivo central es la unión de los esfuerzos para que la solución, bien aprendida, se concretice con buenos resultados y costos razonables. A veces esto exige instrucción y capacitación, creación de infraestructura logística, movilización de recursos.

Es frecuente que la aplicación de soluciones exija también una serie de actividades de tipo político: reivindicaciones, visitas a las autoridades, lucha por una legislación adecuada, etc., de modo que la etapa demande mensajes-medios de varios tipos: de tipo motivador para la acción colectiva; de tipo concientizador de la opinión pública; e tipo instructivo para la capacitación; de tipo interpretativo para evaluar los resultados de la acción, etc.

Los programas de radio comunitaria suelen ser muy positivos en esta etapa, así como los periódicos

comunitarios, los diarios murales, los folletos instructivos manuales, los juegos de simulación, así como también los cursos y talleres, los seminarios y los esfuerzos de trabajo colectivo.

En resumen, aunque no se puede afirmar categóricamente que un determinado medio sirve para una determinada etapa del proceso de educación problematizador, es verdad que cada etapa tiene ciertos requisitos pedagógicos bastante específicos y por consiguiente, hay que aprender a utilizar los mensajes-medios cuya especificidad coinciden con el énfasis de la etapa.

De más está decir, sin embargo, que la selección de los mensajes medios dependerá de cada problema, de cada grupo humano y de cada circunstancia contextual. Lo que nunca hay que olvidar es que la participación de los miembros del grupo es lo fundamental y los mensajes-medios son solamente complementos y auxiliares de la relación interpersonal.

RESUMEN

Para José Martínez Terrero es muy importante que el animador y que en la presente guía le llamamos facilitador, sea al mismo tiempo un buen comunicador y un buen educador, poniéndose de manifiesto la importancia que lo esperado en el animador se espera también en los miembros del grupo para que se de una auténtica liberación.

La educación problematizadora es la que mejor sirve para provocar cambios a nivel personal y social, debido a que se parte de la realidad, acude a la teoría para encontrar las causas de un determinado problema y vuelve a la realidad aplicando las soluciones que se originaron de la reflexión sobre la práctica.

Luego se trata de seleccionar los mensajes-medios para cada una de las etapas del proceso pedagógico mencionado. Para la observación de la realidad, que es la etapa inicial, podría ser útil contar las experiencias y en un segundo momento realizar una investigación participativa.

En la etapa de teorización, que es muy útil para la toma de conciencia, se pueden utilizar medios-mensajes como videos, conferencias, láminas y carteles, consulta a la sabiduría popular, etc.

Cuando se plantea la etapa de hipótesis de solución puede utilizarse dinámicas de grupo como el panel, discusión en pequeños grupos, dramatizaciones, sociodramas.

Finalmente, para la etapa de aplicación a la realidad donde se requiere de la unión y la solidaridad pues muchas veces lleva a la movilización de la comunidad, se necesitan mensajes-medios de varios tipos: motivador para la acción colectiva; concientizador de la opinión pública; instructivo para la capacitación; interpretativo para evaluar los resultados de la acción.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 7

En esta parte de la guía hemos profundizado acerca de la comunicación grupal liberadora, así también el papel que ha jugado la comunicación en la sociedad, te corresponde continuar tu estudio a través de las actividades siguientes

1. Para usted por qué es importante la comunicación grupal?
2. Escriba un programa de radio y junto con sus amigos de la localidad o compañeros de organización grábalo. Que el programa contenga ideas de la importancia de la comunicación en la comunidad o en la organización. Pueden preguntar o entrevistar, incluir anuncios publicitarios que beneficien a la población, incluir noticias y música. Éxitos.

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. Técnicas participativas para la educación popular
Centro de Estudios y publicaciones ALFORJA
San José, Costa Rica 1984.
2. Animadores para el cambio social
CODECAL
Bogotá, Colombia.
s/f'
3. Martínez Terrero, José
Comunicación grupal liberadora
Ediciones Paulinas
s/f
4. Beal, George M y otros
Conducción y acción dinámica del grupo
Editorial Kapelusz
Buenos Aires, Argentina
1972
5. Cabezas Esteban, Antonio y otros
La emisora popular
Editora Andina
Quito, Ecuador.
1982.
6. Para videos y programas radiales
Sugerimos visitar:
Centro de Comunicación EL NAWAL
Tel. 922744

2. COMUNICACION ALTERNATIVA

Objetivo

Seleccionar la comunicación alternativa como una de las posibilidades que tienen las organizaciones populares para el cambio social en el país.

Orientaciones para el trabajo

Para introducirnos al tema trabajaremos con una dinámica que pretende percatarnos de la dominación de la comunicación poderosa y la manera como se puede recuperar los espacios perdidos a fin de transformar las estructuras que no permiten la participación del pueblo.

La dinámica a utilizar es "boxeo con periódicos".

1. Elementos que se necesitan:

- * 2 personas, una de ellas más fuerte y más alta que la otra.
- * 2 periódicos enrollados, uno más largo que el otro.
- * 1 venda o pañuelo grande.

2. Breve explicación:

Se trata de vivir un "round" de box en situación desventajosa para uno de los peleadores, y así comparar con el control ideológico-informativo y de dominio que vive el pueblo, a través de la comunicación dominante.

3. Aplicación:

Al grupo se le explica que va a presenciar un round de box. Entre los participantes se escogen dos personas con las características ya mencionadas. A las dos se les explica que serán vendados y que van a sostener un encuentro de box pegándose con periódicos enrollados.

Después de esta explicación al más grande y fuerte

le vendan los ojos y al débil y más bajo, no se le vendan los ojos. Esto debe hacerse sin que el más grande y fuerte se de cuenta.

Habiendo hecho esto, al más débil y pequeño se le entrega el rollo de periódico más grande, y al de los ojos vendados el rollo de periódico más pequeño.

Teniendo listos a los peleadores, se iniciará el round que durará tres minutos. Lógicamente uno de ellos tendrá todas las ventajas y logrará los mejores golpes. Terminando el tiempo del round, se iniciará la reflexión.

4. Reflexión

Puede iniciarse preguntando al peleador de los ojos vendados cuáles son sus impresiones del round, terminadas éstas, se le revela o descubre cómo se preparó la pelea, y luego se le pregunta al otro participante. Ya en plenario se descodifican los elementos de la técnica en relación a la situación social que se vive.

La reflexión debe girar en torno a la posibilidad de poner en marcha la fortaleza de la organización popular y otros movimientos afines poner en práctica la comunicación alternativa, cuya fortaleza es enorme, pero que hay muchos obstáculos que no permiten su desarrollo.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

La comunicación alternativa

1. Comienzo de las formas alternativas de comunicación.

Para Alfredo Paiva el desarrollo de formas alternativas de comunicación a niveles de base (locales), comienza a registrarse en la década del 60 en los países latinoamericanos y a incrementarse en los años 70, como partes de procesos de diversa naturaleza.

La situación de dominación en que viven las grandes mayorías de los países latinoamericanos, que no sólo se

expresa en las condiciones económicas y materiales de explotación y desposesión de los bienes mínimos para una vida digna, sino también en las situaciones de alienación socio cultural, de sujeción a una ideología dominante que impide la autonomía de los individuos pertenecientes a las clases sociales subalternas, lo cual obstaculiza su acción consciente y organizada como sujetos de la transformación social.

Con desarrollo desigual se asiste pues, en los países del continente, a una verdadera proliferación o aumento de experiencias de comunicación que, bajo distintos nombres popular, alternativa, de base, participativa, horizontal etc. se caracteriza por ser algo más que "experimentos" destinados a oponerse o sustituir el sistema de comunicación masiva. Son formas de interrelación y acción orientadas por un proyecto de transformación social cuya meta es la construcción de relaciones económicas y sociales justas democráticas.

2. El origen de la práctica alternativa

¿Cómo surge la práctica alternativa en América Latina

Paiva afirma que surgen como producto de la situación de dominación sufrida por inmensos sectores y como expresión de la consecuencia voluntad y proyecto de esos sectores para transformar el sistema económico, político y social que origina la dominación, pues la comunicación alternativa no se explica desde la comunicación misma, sino desde relaciones sociales alternativas, nos dice Daniel Prieto.

Es en esa praxis, continúa diciendo Paiva, de confrontación que los sectores más dinámicos a nivel de las clases subalternas, van tomando conciencia de que no es posible transformar la realidad sin conocerla profundamente sistemáticamente; que no es posible transformarla sin aunar los diversos sectores que buscan dicho cambio; que mucho menos puede transformarse la realidad y lograr un desarrollo social integral sin organizarse para actuar.

Condiciones de la comunicación alterna

En latinoamérica debe asumirse el avance tecnológico e la comunicación moderna, pero en función de objetivos radicalmente diferentes de aquellos que persigue la comunicación transnacional, para lograr tal propósito es necesario algunas condiciones, que para Diego Portales en perspectivas de la comunicación alternativa en América latina, son las siguientes:

- 1.1 El cambio del marco político es una condición necesaria para la alteración del patrón de comunicaciones, pues, es indudable que un sistema de naturaleza distinta no puede descansar sobre la hegemonía de oligopolios transnacionales, ni en la exclusión de grupos sociales significativos de la emisión de mensajes, ni en el veto a la expresión de opiniones y mensajes cuestionadores del sistema.
- 3.2 Que sea capaz de articular los flujos de comunicación horizontal y vertical; y que logre articular las formas de producción artesanal e industrial; estas son las condiciones de la comunicación alternativa para que sea capaz de superar el cerco ideológico que le impone el predominio transnacional dentro del campo propio de las comunicaciones. En estas condiciones el medio de comunicación de masas se transforma en un factor de apoyo a los procesos de comunicación horizontal tratando los temas que interesan más a los grupos sociales organizados que a los individuos aislados.
- 3.3 Alteración del patrón mercantil de desarrollo de las comunicaciones por un patrón cultural. Ello envuelve la modificación del sistema de financiamiento desde el actual predominio publicitario hacia el franco establecimiento de un gasto público social en comunicaciones.

Se trata no de eliminar la industria de la grabación musical, los programas de radio y televisión o el cine, sino

de buscar aumentar esa producción localmente, pero con un criterio de selección distinto respecto de qué y para quién se produce, el cual debe ser predominantemente cultural y no mercantil.

4. Viabilidad sociopolítica de la comunicación alternativa

Muchos de nosotros nos preguntaremos si es posible la comunicación alternativa en nuestro país. Sí, es posible pero se requiere también de algunas precondiciones, que a mi juicio de Diego Portales deben ser éstas:

- 4.1 La superación del Estado autoritario y la emergencia de procesos de democratización;
- 4.2 La inclusión del tema de las comunicaciones en los programas de las fuerzas democratizadoras, y
- 4.3 La creación y aceptación de un conjunto de ideas nuevas acerca de la necesidad de una comunicación alternativa.

Portales destaca como parte de las ideas nuevas la democratización de las comunicaciones como el concepto central de una comunicación alternativa. Democratizar significa hacer que el derecho a la comunicación esté garantizado para todos, que no sea el privilegio de una minoría, menos aún si ésta se constituye a raíz de su poder económico. Democratizar significa que la sociedad haga posible la realización de ese derecho sobre la base de la participación organizada y el financiamiento social de la actividad comunicativa. Democratizar significa que la comunicación vertical y la producción industrial de los bienes portadores de mensajes se ponen al servicio del desarrollo de la convivencia social, de la comunicación horizontal, de la creación artesanal, de la participación social activa y responsable; en suma, del proceso de democratización.

Dentro de la concepción anterior, Portales hace tres propuestas, que a mi juicio son interesantes para ponerlas en práctica en nuestro país:

- a) El pueblo tiene derecho a la comunicación, al igual que tenemos el derecho a la educación, a la salud, al trabajo, etc. no puede subordinarse a los imperativos del mercado. Se trata de un derecho humano fundamental que debe ser ejercido socialmente. Se trata de una necesidad básica que el Estado democrático debe garantizar a todas las fuerzas sociales significativas.
- b) La proposición de un estatuto que garantice la vigencia del derecho a la comunicación para las organizaciones políticas, sociales y culturales a nivel nacional o local, según corresponda, es una tarea imprescindible en esa perspectiva.
- c) El establecimiento de normas que aseguren el financiamiento de la actividad comunicativa en función de la representatividad de las distintas organizaciones, sea mediante el acceso a los medios de propiedad estatal, sea mediante el subsidio a medios de propiedad estatal, sea mediante el subsidio a medios de propiedad privada, es una tarea complementaria de la anterior.

5. ¿A qué se le denomina Comunicación popular alternativa?

Fernando Ossandón denomina comunicación popular alternativa "al vasto campo de intercambios de mensajes (informaciones, expresiones) que realiza el pueblo en su propio seno y hacia el resto de la sociedad, en su tarea de constituirse como sujeto histórico" (Ossandon, Fernando Qué es la comunicación popular, pág. 27).

Las iniciativas de comunicación popular la realizan agentes del pueblo, movidos por la necesidad de satisfacer inquietudes propias y de contrarrestar los efectos de sentido contruidos desde arriba por la dominación. La comunicación popular alternativa, es un proyecto renovador de comunicaciones que opone el "diálogo" al verticalismo, "la participación" al autoritarismo, la "movilización consciente" a la instrumentalización y "el pluralismo" a la unidad

ideológica de común acuerdo. Dicho proyecto se concibe a s mismo formando parte de la construcción de un movimiento popular comprometido con un proyecto radical d transformación social.

RESUMEN

Las formas alternativas de comunicación comienzan registrarse en la década del 60 y cuyas prácticas surgen com expresión de la voluntad y proyecto de los sectores explotados y pobres para transformar el sistema económico político y social.

Latinoamérica debe asumir el avance tecnológico de l comunicación moderna, pero con objetivos que favorezcan a l población mayoritaria y empobrecida y a sus aspiraciones d liberación, para ello se requiere de varias condiciones cambio del marco político, articular la comunicación horizontal y vertical; articular las formas de producción artesanal e industrial y por último alterar del patrón mercantil de desarrollo de las comunicaciones por un patrón cultural.

Para lograr el proyecto de comunicación alternativa en nuestro país se necesita además de las condiciones y mencionadas que, luchemos por establecer procesos de democratización, la inclusión del tema de las comunicaciones y la aceptación de ideas nuevas acerca de la necesidad de l comunicación alternativa, naturalmente que para ello se necesita que consideremos la comunicación como una necesidad básica, como la salud y la educación, que el Estado democrático debe garantizar a todas las fuerzas sociales; que propongamos una ley que garantice la vigencia del derecho a la comunicación para todos y establecer normas que aseguren el financiamiento de la actividad comunicativa en función de las organizaciones populares y del pueblo en general. Sólo así conseguiremos que el pueblo se comunique.

Para finalizar definiremos la comunicación popular alternativa como el inmenso campo de intercambios de mensajes que realiza el pueblo en su propio seno y hacia el resto de

la sociedad, en su tarea de constituirse como sujeto histórico.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 8

La actual realidad guatemalteca nos presenta nuevos desafíos a los que hay que responder. Llevemos a la práctica lo que se ha escrito en relación a la Comunicación alternativa, estableciendo una relación práctica con los desafíos y nuestra experiencia en comunicación, de la siguiente manera:

1. Escriba un reglamento o normas donde usted garantice el derecho a la comunicación en nuestro país. Haga de caso que usted es un diputado que trabaja por los intereses del pueblo y propone una ley que garantice el derecho a la comunicación. Recuerde agregarla a su texto paralelo. Animo.
2. Sobre la base de su experiencia personal y los conocimientos adquiridos con la lectura, construya una modalidad de comunicación alternativa o popular, adecuada a su lugar de trabajo u organización a la que pertenece, que responda a las necesidades de su situación o de la realidad guatemalteca. Una modalidad puede ser un periódico comunitario o de la organización, un periódico mural, etc.
3. Describa algunas experiencias de comunicación alternativa o popular que se están dando en nuestro país, organización o localidad.

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. Técnicas participativas para la educación popular
Tomo II
Centro de Estudios y publicaciones ALFORJA
San José, Costa Rica, 1988.
2. La comunicación alternativa
Alfredo Paiva
Estudios Ecuménicos
s/f
3. Democratización de la comunicación teoría y práctica
Díaz Bordenane, Juan E
Revista Chasqui No. 1
s/f
4. La comunicación alternativa: un tema para la acción
Paiva, Alfredo
Reproducción de CIESPAL
s/f
5. Qué es la comunicación popular
Ossandon, Fernando
Estudios Ecuménicos
s/f
6. Revista Encuentro
No. 52
Bogotá, Colombia.
1993
7. Usted puede visitar:
La Voz de la Comunidad
Radio Popular
Colonia San José Buena Vista
Zona 3, Ciudad de Guatemala
8. Azcueta, Miguel
Apuntes sobre comunicación y Educación popular
Centro de Comunicación Popular
Villa El Salvador
Lima, Perú.
s/f

3. LA FUNCION DE LOS COMUNICADORES

Objetivo

Determinar el papel que debe desempeñar el comunicador en la sociedad guatemalteca.

Orientaciones para el trabajo

- . Formar grupos de seis miembros cada uno
- . A cada grupo se le reparten tres tarjetas
- . Cada grupo debe discutir o dialogar acerca de los siguientes puntos:
 - a) Cualidades fundamentales de un comunicador en el contexto social, político y económico del país.
 - b) Rol esencial del comunicador en Latinoamérica.
 - c) Obstáculos que se le pueden presentar para poner en práctica su rol como comunicador liberador.
- . El grupo anota una idea por tarjeta, cada grupo lee sus tarjetas y luego se van pegando en forma ordenada en la pizarra o pared.
- . El facilitador colaborará para que el grupo llegue a una síntesis de tal forma que se tenga una visión general y unificada de los diversos aspectos que se expusieron.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

Papel del comunicador social

Todos los días, los comunicadores ejercen un papel dentro de la sociedad, conscientemente o no. A veces el papel que juegan permite que el estado de cosas de una determinada formación social, continúe sin moverse y, en raros casos, desempeñan la función de subvertidores del orden establecido por los poderosos.

Juzgo necesario destacar cinco roles, que a mi juicio deben cumplir los comunicadores sociales de nuestro país:

1. El de constituirse en facilitadores de un proceso participativo, ya que usualmente se han convertido en

anunciadores de productos o promotores de artistas. Los comunicadores deben poner los medios necesarios para impulsar la participación de los miembros sociales a fin de ir creando espacios democráticos dentro de la sociedad guatemalteca y permitirles que ellos mismos sean los que se quiten las mordazas y las vendas con el fin de que descubran la luz, como reza el poema de Mario Benedetti: "... hoy, cuando tantas tinieblas turban la vida, y las sombras se esparcen sobre nosotros, es bueno que en América Latina (donde las dictaduras colocaron tantas capuchas a la gente que tengamos experiencia de la oscuridad, sepamos cómo movernos en ella, y a través de ella, tras derrotar nuestras propias penumbras y cerraduras, hallemos el camino de regreso hacia la luz necesaria". El papel de los comunicadores debe ser entonces, el que nos ayude a encontrar el camino de regreso hacia la luz necesaria.

2. Promotores de cambios sustanciales en la población a través de la formación de una actitud crítica de la realidad, facilitar el que veamos la realidad con otros ojos, que nos relacionemos con ella, pues es esta relación que se toma conciencia.
3. Descubridores de la verdad. Los comunicadores sociales cargan sobre sus espaldas la responsabilidad de decir la verdad, anunciar la realidad en que vivimos las comunidades e investigar y denunciar las causas que originan los problemas. Por ejemplo: por qué se da la desnutrición, por qué los campesinos no tienen tierra, por qué existe un 80% de la población que sufre hambre. Al explicar los fenómenos, las noticias de lo que sucede en el país, los comunicadores constituyen en agentes de cambio, en estrategias de cambio, pues permiten a la población conocer la realidad.
4. Apóstoles de los valores. El testimonio es importante. Admirable es encontrar a mujeres y hombres, que no venden ni se cambian, ineludibles en su misión.

En una sociedad que se derrumba por la falta de valores, es necesario que los comunicadores anuncien, vivan, testifiquen por todos los medios a su alcance, la verdad, la honradez, la honestidad, la justicia y la paz.

Debemos ir con todas nuestras fuerzas a la formación de una mejor sociedad, donde existan personas en quienes podemos fiarnos y eso es posible con la tenacidad de los comunicadores.

- i. Por último, los comunicadores deben hacer de la comunicación de masas y grupales, un instrumento de cambio social, con el imperativo categórico de ir construyendo poco a poco, una sociedad desarrollada en todos los aspectos.

Quien use la comunicación para alienar a los demás comete una de las atrocidades del siglo, pues las personas confían en los comunicadores como anunciadores de la vida y la libertad.

Necesitamos, entonces, para ejercer adecuadamente nuestro rol de comunicadores dentro de una sociedad como la nuestra, mujeres y hombres con coraje, con una amplia cultura y conocedores profundos de la realidad de su país; que dominen las técnicas y principios de la comunicación y recios por su conciencia social.

Deseo concluir el tema con el pensamiento que se encuentra escrito en la portada del boletín ARANDU, que se lee así:

"Y la palabra se hizo comunicación
para anunciar la liberación de los pobres
la justicia a los perseguidos
la paz a los desheredados
desde entonces todo comunicador
se constituye en servidor de los hombres
en amante de la verdad
en mensajero de la paz"

RESUMEN

Todos los días los comunicadores ejercen un papel dentro de la sociedad, consciente o inconscientemente. Per el papel que el pueblo y sus organizaciones solicita qu realicen es el de ser agentes de cambio social, para ell deben constituirse en facilitadores de proceso participativos, ser promotores de cambios que conduzcan a pueblo a su liberación; descubridores de la verdad, apóstole de los valores y hacer de la comunicación un camino que llev al cambio.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 9

En esta segunda parte se presenta las maneras má adecuadas para que la comunicación sea útil al proceso d transformación social y dentro del proceso, el comunicado juega un papel importante; ahora ahondaremos en el análisis de su papel.

1. Escriba cinco diferencias básicas entre un comunicado liberador y un comunicador del sistema, entendiéndos a este último como aquel que no le interesan lo cambios sociales.
2. Realice una investigación acerca de las organizacione y universidades que se dedican a la formación d comunicadores para el cambio social.
3. En forma resumida, describa su trabajo con comunicador social o líder de una comunidad organización, señalando los logros y las dificultades por las que atraviesa. Presente sus resultados apoyándose de todos los recursos a su alcance: si usted tiene aptitudes para la música, componga un canción, la cual debe presentar grabada en un cassette; si es poeta, un poema o cualquier otra forma creativa que prefiera.
4. Cuente algunas experiencias de comunicadores qu trabajan en comunidades o en los departamentos; en la organizaciones populares o en los barrios marginales y que naturalmente, buscan el cambio social.

IBLIOGRAFIA BASICA

- . La emisora popular
Cabezas Esteban, Antonio y otros
Editorial Andino
Quito, Ecuador
- . ¿Así que no sabes usar la prensa...?
Sosa, J. Rafael
Coedición: Amigo del hogar, CEDEE, CEPAE
República Dominicana
- i. Principios cristianos de la comunicación
Documento aprobado por el Comité Central de la
Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana en
su reunión de 1968.
- 1. Revista ARANDU
No. 19
Boletín Informativo del Secretariado Conjunto de las
Organizaciones Internacionales Católicas de los Medios
de Comunicación Social
Quito, Ecuador.
- 5. Pueden acudir a las siguientes instituciones:

Periódico CANDIL
8a. calle 9-13 Z 1
6o. nivel
Ciudad de Guatemala.

Centro de Fray Bartolomé de las Casas
Edificio El Centro
7a. Av. 9a. calle Z 1
Ciudad de Guatemala

Asociación de comunicadores cristianos
Edificio El Centro No. 8-06
7a. Av. 9a. calle Z 1
Ciudad de Guatemala

4. TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION Y CAMBIO SOCIAL

Objetivo

Identificar a través del trabajo colectivo, al servicio de quienes está la tecnología de la comunicación en nuestro país e individualmente, presenten alternativas para su uso en beneficio de los más necesitados.

Orientaciones para el trabajo

Utilizaremos la técnica de "afiche" que actualmente se trabaja con grupos pequeños, digamos de cinco miembros cada uno.

1. Materiales necesarios
 - * pedazos de papel grandes o cartulinas
 - * recortes de periódicos o de revistas
 - * marcadores o crayones y lápices
 - * cualquier material a mano.
2. Desarrollo de la actividad
 - a) Pida a los participantes que discutan la pregunta ¿La tecnología de la comunicación, al servicio de quién está en nuestro país? Deben hacerlo en grupos de cinco y sus opiniones presentarlas en forma de "afiche".
 - b) Una vez elaborado el afiche, cada grupo lo presenta a plenario, para realizar su descodificación (transformarlo en lenguaje comprensible).
 - c) Se pide a alguno de los participantes que hagan una descripción de los elementos que están en el "afiche"
 - d) Se pide que el resto de los participantes hagan una interpretación de lo que les parece que da a entender el afiche.
 - e) Luego, los compañeros que han elaborado el afiche expliquen al plenario la interpretación que el grupo le había dado a cada símbolo.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

Tecnología de la comunicación y cambio social

"En décadas recientes, Estados Unidos, Japón y la mayor parte de los países de Europa Occidental se han convertido en sociedades basadas en la información, ya que más de la mitad de su fuerza de trabajo se ocupa en tareas de información (esto es, suministran, procesan, u obtienen información)", comenta Albert Silverstein en su texto Comunicación Humana.

Sin lugar a dudas, la información constituye una señal clara que hemos pasado de una sociedad industrial a una sociedad de la informática, transición que se lleva a cabo a través de tecnologías de la comunicación tan novedosas como las computadoras, los satélites y la televisión por cable, a menudo junto con varios tipos de sistemas de comunicación.

Para Carlos Romero, la tecnología digital aplicada a las redes de telecomunicaciones es el elemento clave para el desarrollo de las comunicaciones requeridas por la nueva sociedad de la información que está naciendo.

La necesidad de codificar digitalmente la voz, los datos, los textos, las imágenes y, en general, cualquier otro flujo de información, ha dado origen a la idea de transportar a través de una única red de comunicaciones todo tipo de servicios, y ha conducido al desarrollo del concepto de Red Digital de Servicios Integrados (RDSI).

Un aspecto especial de las nuevas tecnologías de la comunicación es su naturaleza interactiva, que es posible debido a la introducción de una computadora como elemento de un sistema de comunicación. Las más modernas tecnologías interactivas como el video-texto, el teletexto, los sistemas de televisión por cable, etcétera, representan un cambio fundamental respecto a la naturaleza unidireccional de la televisión, la radio, la comunicación impresa y las películas en el pasado.

La característica interactiva de las nuevas tecnologías

de la comunicación significa que la diferencia entre los medios masivos y la comunicación interpersonal puede hacerse mucho menos importante, y desaparecer.

Existe tanto un punto de vista optimista como un pesimista respecto al efecto futuro de las nuevas tecnologías de la comunicación en los países en desarrollo. Para Carlos A. Romero los países en desarrollo se concentran todavía en la estrategia para la Edad de la Información, quienes tendrán que formular nuevas estrategias económicas y políticas. Optimistamente comenta Servan-Screiber que las microcomputadoras pueden ayudar al Tercer Mundo a alcanzar Europa Occidental y a Norteamérica, al permitir que se omita la era industrial y se ingrese directamente en la era informática. A causa de su costo relativamente bajo y sencillez, las microcomputadoras y otros avances de la tecnología de la comunicación, como Internet, pueden convertirse en instrumentos prácticos para conectar al poblado agrícola con los centros urbanos y las dependencias consagradas al desarrollo.

"Algunos países en vías de desarrollo han establecido ya estrategias bien definidas para la Edad de la Información. La India, la China, el Brasil, Corea del Sur y otros cuarenta países han formulado programas detallados para ampliar sus respectivas industrias en el área de la información. Pero existe un vínculo común entre estas naciones: sus altos dirigentes han comprendido las relaciones empíricas programáticas que hay entre el crecimiento de la economía y el desarrollo de sistemas modernos de comunicaciones" (Romero Sanjines, Carlos A., Nuevas tecnologías y su impacto en la formulación de políticas para la era de la información (FELAFACS)).

Para concluir el punto de vista optimista, podemos considerar que un mejor sistema de comunicaciones puede contribuir, efectivamente, a alimentar las masas y a generar una nueva prosperidad nacional, comenta Carlos Romero.

Un punto de vista pesimista sobre el futuro efecto de las nuevas tecnologías de la comunicación en el desarrollo

los países pobres, como el nuestro, apunta que las nuevas tecnologías aún no se han aplicado los problemas de desarrollo en los países en desarrollo, aunque exista de hecho su potencial para constituir una importante contribución al desarrollo. Desafortunadamente, es posible que los efectos más destacados de las nuevas tecnologías de comunicación sean causantes de mayores diferencias socioeconómicas y más desigualdad, por lo menos en el futuro inmediato.

Posiblemente, el campo más promisorio para la fluencia de las nuevas tecnologías de la comunicación en Guatemala, lo ofrecen las computadoras, que se encuentran en este momento al servicio de las cooperativas, organizaciones populares, las ONG; los circuitos cerrados de televisión para uso de la transferencia de tecnología agropecuaria o para programas de salud y a juicio mío la red de ordenadores de Internet sería otra de las tecnologías a usarse en las organizaciones del pueblo para recoger información y enviando se requiera solidaridad y denunciar violaciones a los derechos fundamentales de la persona de los guatemaltecos.

Un ejemplo cercano de la contribución de las redes electrónicas a los movimientos populares es el de los zapatistas en México, "Muy pronto empezaron a circular rumores de que el Sub-comandante Marcos estaba sentado debajo de un árbol en la Selva Lacandona para extender la guerra de propaganda al espacio cibernético. De hecho, algunos periodistas confirmaron que el "sub" manejaba muy bien su laptop (computadora portátil) y que disponía de un teléfono por satélite para enviar sus mensajes desde el lugar donde se encontraba, comenta Leo Gabriel.

De esta manera el efecto principal de las nuevas tecnologías de la comunicación, se ha producido en el área de las telecomunicaciones.

RESUMEN

Los países industrializados han pasado a ser sociedades de una era de la informática, cuyo paso se lleva a cabo a través de las nuevas tecnologías de la comunicación.

El aspecto relevante de las nuevas tecnologías de la comunicación es su naturaleza interactiva, esto significa que su uso implica una cierta relación entre las personas y otros elementos o factores que intervienen para su funcionamiento.

En los avances tecnológicos encontramos dos puntos de vista: uno optimista, que ve la posibilidad que los países en desarrollo usen las nuevas tecnologías para impulsar mejores condiciones de vida, para desarrollar programas educativos y de salud y el punto de vista pesimista, dice que las nuevas tecnologías de la comunicación van a aumentar las diferencias entre países y dentro de las mismas sociedades pobres.

Para ejemplo nuestro, la India puso en práctica un proyecto educativo, específicamente sobre agricultura, salud, planificación familiar y nacionalismo, a través de un satélite.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 10

En la actualidad se siente la necesidad de repensar el uso de la tecnología de la comunicación a fin de que ésta procure cambios en beneficio de la población mayoritaria, que constituye hoy por hoy, uno de los desafíos más grandes. Llevamos a la práctica algunos aspectos que se desarrollan en el tema abordado, y relaciónelo con su práctica como comunicador social o líder de alguna organización, de la siguiente manera:

1. Responda ampliamente a la cuestión ¿Cómo utilizar el cable en beneficio de una comunidad rural?
2. Escriba un proyecto donde se aplique la tecnología de la comunicación a los problemas de desarrollo de los pueblos Mayas.

BLIOGRAFIA BASICA

Iniciativa No. 12
Información sobre la información
Iniciativas de Comunicación para el Desarrollo ICODE
Costa Rica, 1995.
DIALOGOS
De la comunicación
Federación latinoamericana de asociaciones de
Facultades de comunicación social FELAFACS
INICTEL - Perú
Cuadernos No. 5
1990.
Comunicación rural y cultura campesina
Curso metodológico sector agropecuario
Memoria 2o. Taller
CANTERA
México, 1991.
Martínez Abadía, José
Introducción a la tecnología audiovisual
Televisión, video, radio
Ediciones Paidós
España. s/f
Televisión y democracia en América Latina
Instituto para América Latina
Perú, 1989.
Silverstein, Albert
Comunicación Humana
Editorial Trillas
México, 1985.
Sánchez, Emilio
Internet se extiende
Prensa Libre
27 de marzo de 1996
Guatemala.

5. SOCIALIZAR AL HOMBRE Y A LA MUJER

Objetivo

Apoyar el trabajo colectivo en comunicación para cooperar a la socialización del hombre y la mujer en la localidad y organización.

Orientaciones para el trabajo

La dinámica a trabajar pretende "hacer sentir la necesidad y conveniencia del trabajo colectivo y organizado" que deben realizar los comunicadores, organizaciones populares y grupos comprometidos en cambiar las estructuras del país formando en la práctica una persona solidaria y orgánica.

1. Material necesario

Un rompecabezas de cartón de una figura humana distribuido en tres paquetes cerrados de la siguiente manera. En los paquetes 2 y 3 incluye, intencionalmente, dos piezas que no corresponden a la figura a armar; pero que su diseño gráfico es muy parecido a las verdaderas piezas.

2. Orientaciones para desarrollar la dinámica

2.1 Se forman tres equipos de cinco personas cada uno y nombran dos observadores que harán de jueces, éstos deberán conocer en qué consiste la dinámica.

2.2 A cada equipo se le entrega un paquete y se les indica que van a armar un rompecabezas (esta indicación de hacerse con mucho énfasis, ya que cada equipo debe creer que su paquete contiene el rompecabezas completo)

2.3 Todos los equipos deberán abrir sus paquetes comenzar a armar el rompecabezas al mismo tiempo. Les da cinco minutos para realizar la tarea. Durante el desarrollo de la dinámica, el facilitador está presionando permanentemente con el tiempo.

- 4 Cuando un equipo termina de armar su paquete, se pide la opinión a los jueces observadores; puesto que será solamente una parte del rompecabezas, éstos dirán que no está completo.
- 5 Colectivamente se otorga una prórroga de tiempo para concluir la tarea y se les pide a los equipos que analicen el trabajo realizado hasta el momento, para tener una visión general de la dinámica y de ser necesario se continúa.
- 6 El trabajo concluye al formarse un sólo rompecabezas y se procede a la reflexión.

Discusión

Es importante iniciar la discusión con los comentarios de los compañeros sobre cómo se sintieron, que pasó en el transcurso de la dinámica, lo vivencial. Luego analizar el significado de los símbolos presentes en la dinámica.

El significado del dibujo, el ser humano, trata de simbolizar el interés común que tiene el grupo en la formación de una mujer y un hombre nuevo.

El hecho que hubieran tres paquetes? Trata de simbolizar que es necesario una división del trabajo, pero no sólo realizar esa parte que le tocó; es necesario el trabajo particular preocupándose y no olvidándose del objetivo común.

Y las piezas falsas? Las piezas "falsas" en dos de los paquetes trata de simbolizar la presencia siempre de obstáculos y problemas, que distorsionan o dificultan el trabajo colectivo. La presencia también de compañeros que no permiten el desarrollo del trabajo. También se reflexiona y discute en cuanto a las actitudes individuales (indiferencia, por Ejemplo) y colectiva, sus ventajas y sus dificultades.

La unidad y organización por parte de los grupos.

El papel de los jueces y observadores, es fundamentalmente para tener una visión desde fuera, del desarrollo de la dinámica.

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

Socializar al hombre y a la mujer

Son varios los elementos que conforman la concepción del hombre y la mujer nueva. Manera de pensar que comunicadores sociales deben tomar como parte de su misión a fin de que sea posible lograr cambios dentro de la sociedad en que vivimos.

Para Matterlart los elementos que integran la concepción son los siguientes:

1. Oponer a la imagen que se tiene del hombre y la mujer como universal, repetida, solitarios en una sociedad dividida, un concepto del ser humano donde se reflejan todas las relaciones que se dan en la sociedad, un ser humano social, que no puede vivir solo, determinado por un sistema que tiene muchas contradicciones que proyectan en el ser humano y como un hombre y una mujer que se niegan y ya no desean seguir divididos separados de los problemas que viven los demás miembros de la sociedad y que además se niegan a encerrarse en sí mismos y en la libertad individual que predica la burguesía o los ricos. En síntesis, cambiar la imagen que se tiene de un hombre y una mujer, como seres egoístas, que no les interesan los problemas de los otros, encerrados en su propia su libertad individual, seres divididos y que viven en una sociedad también dividida; cambiar esta imagen por una donde las mujeres y los hombres sean solidarios, colaboradores, sociales y responsables con los otros en su libertad.
2. Socializar a la mujer y al hombre, socializando su pensamiento, su forma de pensar, sus actos, es decir, permitirles trabajar en la generación de una nueva sociedad.
3. Hacer social al hombre y a la mujer significa darles un sentido, otro significado a todos los lugares, los objetos, la política, la economía, el campo y la ciudad, donde este hombre y esta mujer trabajan, viven.

La mujer y el hombre nuevo deben hacerse a partir de la rebelión, del desacuerdo y del enojo en contra de lo que lo rodea, y luchar por el cambio de su realidad como una de las cosas más importantes para hacer un nuevo estado de seres y de cosas. Todo nuevo.

El surgimiento de la mujer y del hombre nuevo debe estar de acuerdo con darle importancia a sus personas, a su individualidad, a lo que cada uno es, en fin, valorarse como individuos que se relacionan con otros en todo lo que hacen en su vida. Esto incluye, nuevos modos de trabajo, de producción y distribución, también incluye nuevas formas de sentir, pensar y vivir. Hacer de la vida de cada uno distinta en relación a lo que hace y en la relación con los demás.

Agregamos otro elemento que también es muy importante en la socialización de la persona humana, como es quitar de nosotros el consumismo, el vivir de las apariencias, el valer por las cosas que tenemos y no por lo que somos; el ser sólo nosotros y usar nuestra libertad como se nos antoje y en nuestra independencia únicamente para nosotros aunque hagamos dependientes a otros, en síntesis suprimir la personalidad, la independencia y la libertad burguesa y es aquí donde Matterlart se pregunta por las incidencias básicas en el planteamiento de un nuevo medio de comunicación de masas, esto quiere decir que si deseamos la socialización de la persona humana es necesario cambiar el trabajo que realizan los medios de comunicación y para ello es necesario poner en la práctica los siguientes planteamientos:

1 Romper con la dimensión autoritaria y vertical del proceso de comunicación y establecer la participación de las masas en la creación o generación de mensajes destinados a instaurar y a dar a conocer a todos un nuevo concepto de cultura, constituye el punto importante e ineludible de la tarea que se propone construir un nuevo mensaje para un hombre y una mujer nueva.

6.2 La formación del hombre y la mujer nueva obligan a preguntarse sobre todos los conceptos que encuentran en los mensajes que se transmiten, desde la noticia hasta los teleteatros. Y cuando se habla de la noticia dirigida al hombre y la mujer socialmente necesario tomar en cuenta dos exigencias:

- a) Impulsar una imagen del mundo. Esto es lo que está antes de proponer la información a grupos de información reunidos en función de organizaciones de masas, donde están sometidas a discusión las informaciones entregadas por los diarios de la clase dominante. ¿Cuáles son las ventajas de tal discusión? Podremos encontrar varias, entre las cuales están:
- al poner al desnudo el eje metido, alrededor del cual se organizan las noticias, hace que se desordene el orden o la racionalidad de la dominación subyacente a la aparente anarquía o desorden de las noticias.
 - permite incluir toda noticia en un proceso de acumulación de conocimiento y al convertirse en fuente de conciencia se transforma en elemento de movilización de las masas.
 - el ordenar las noticias alrededor de un eje hace que participe en la creación de una forma de vida de las masas que corresponde a un estilo de vida, único y coherente.

6.3 En función de facilitar la formación de una mujer y un hombre nuevos deben evitarse las contradicciones burguesas, tales como la profunda división que se hace entre trabajo y entretenimiento, entre ocio y educación y entre lo intelectual y el trabajo; reconciliar los contrarios es necesario modificar la imagen de la persona que contiene la comunicación manipuladora y, sustituir el hombre y la mujer supuestamente conocidos por el hombre y la mujer objeto de un examen crítico, el hombre y la mujer no se transforman por el hombre y la mujer transformables y con capacidad de actuación sobre el mundo, el hombre y la mujer estáticos o quietos

unos seres en proceso.

Solamente en estas condiciones, dice Matterlart, estará presente en los medios de comunicación masiva un hombre social, con una función en la historia, cuyos conflictos no se determinan más en términos psicologistas, sino en relación con un quehacer colectivo, un hombre y una mujer en que se funden de modo peculiar lo general y lo singular.

RESUMEN

Vamos a integrar una cadena de elementos que conforman la concepción del hombre y la mujer nuevos. Es necesario tener clara la imagen del hombre y la mujer como seres sociales, comunitarios, que se niegan a continuar divididos, separados de los problemas que enfrentan otros seres semejantes, seres cuya libertad e independencia son usados en función de los demás y no únicamente de sí mismos.

Además, para la socialización de las personas se necesita que el trabajo se comparta y esté también en función de los otros y no sólo su trabajo, sino también la forma de pensar y actuar. También debe ponerse al servicio de los demás los lugares, los objetos y la estructura misma donde conviven los seres humanos.

Se debe tener la actitud de cambio ante una realidad contraria a la realización como persona, esto implica también valorarse como individuos, como personas. Despojarnos de lo que no nos permite realizarnos y colaborar con la realización de otros.

En la socialización del hombre y la mujer los medios de comunicación juegan un papel muy importante, los cuales deben cambiar también la manera de operar. Deben romper con la comunicación autoritaria y vertical y darle participación en la elaboración de los mensajes destinados a instaurar una sociedad nueva, inclusive el trabajo de elaboración o redacción de las noticias debe ir en función de las mayorías.

Por último, se debe buscar la unidad entre teoría y

práctica, entre trabajo y entretenimiento, entre goce y educación. En fin tener la convicción de que somos seres en proceso y no terminados. Somos, pues, sujetos de nuestra historia y que juntos debemos construir la nueva Guatemala.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 11

Armand Matterlart plantea la necesidad de concebir al hombre y una mujer nuevos y para ello aporta los elementos que integran dicha idea. Ahora le corresponde a usted expresar su pensamiento y dar otras ideas que deben integrar el planteamiento de Matterlart. Escríbalos en su texto paralelo. El trabajo que usted desarrolle lo puede enriquecer con recortes de periódicos, poemas, canciones y otras ilustraciones que considere oportuno. Se que el trabajo necesita de mucho esfuerzo, pero vale la pena realizarlo. Adelante.

1. Escriba las situaciones de la realidad que le rodean con los que usted está en desacuerdo y proponga tareas para cambiarlos.
2. Cuáles son las características de la independencia, la libertad y la personalidad burguesa?
3. Escriba el CREDO de la comunicación.
4. Recorte una noticia del periódico y realice un análisis que le lleve a encontrar el eje alrededor del cual se organizó.
5. Escriba propuestas para que la comunicación social permita la socialización del hombre y la mujer de nuestro país.

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. La comunicación del pueblo
CELADEC
Lima Perú, 1979.
2. Matterlart, Armand
La comunicación masiva en el proceso de liberación
1980.
3. Producción de programas de radio para niños.
Taller sobre Producciones Radiofónicas para Niños.
Huehuetenango, Guatemala 1990.

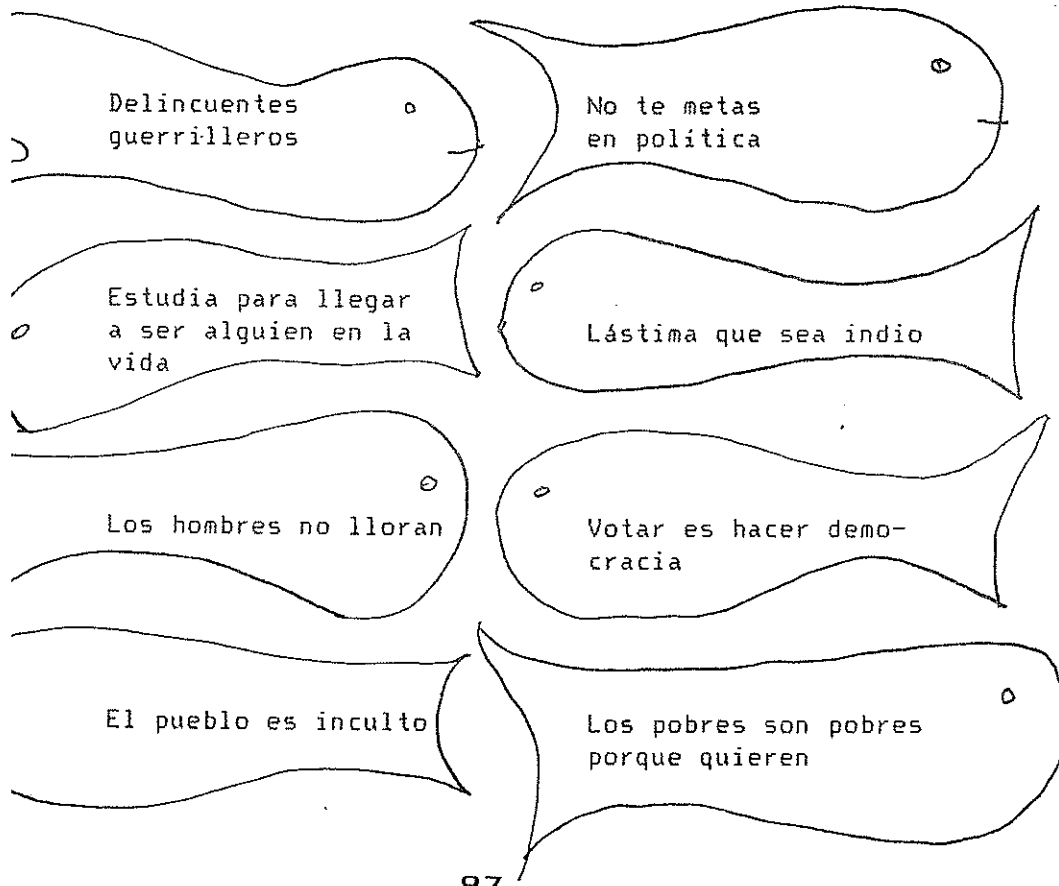
6. COMUNICACION Y CULTURA

Objetivo

Identificar la relación existente entre comunicación y cultura con el fin de valorizar y promover la cultura popular a través de los medios de comunicación.

Orientación para el trabajo

Trabajaremos la dinámica La pesca de los clichés, con el propósito de reflexionar sobre los estereotipos (ideas que tiene un grupo) y concepciones simplistas que nos imponen la visión tradicional de los medios de difusión colectiva, la familia, la escuela y otros.



1. Materiales necesarios

- pescaditos de cartoncillo. En cada uno irá escrito un sólo cliché.
- cañas de pescar hechas con un palo, hilo, un "clip en forma de anzuelo.
- un recipiente para poner los pescaditos.

2. Desarrollo

- 2.1 Se pide a los participantes que vayan a pesca al recipiente. Cuando obtengan un pescadito deberán formar grupos de 5 ó 6 personas.
- 2.2 En el grupo cada participante va a reflexionar sobre el cliché.
- 2.3 Después cada grupo comunicará sus conclusiones en el plenario.

3. Discusión

En el plenario la reflexión puede ir en torno de los siguientes aspectos:

- ¿Cómo y por qué aceptamos una serie de clichés o pensamientos que nos ha impuesto la sociedad en que vivimos? Por ejemplo la televisión, la radio, los periódicos, la familia, la escuela, etc.
- ¿Cómo y por qué repetimos clichés que tenemos sobre algunos temas sin ponernos a analizar su veracidad?
- ¿Cómo y por qué intencionalmente la clase dominante nos hace pensar de determinada manera, imponiéndonos estereotipos o ideas de alguien?

IDEAS PARA REFORZAR EL APRENDIZAJE

Comunicación y cultura

Desde la perspectiva de la experiencia, este aparato pretende explicar el lenguaje comprensible, lo que es la cultura en la sociedad y cómo la comunicación intra y entre grupos sociales son parte importante en nuestro quehacer diario.

Los conocimientos, la ciencia, el arte, como la cultura deben quedar encerrados en los textos científicos y literarios, éstos son parte de la humanidad que en su evolución, sirven y orientan su accionar para la transformación social.

La cultura cuyo contenido nos ocupa en este apartado, en sus manifestaciones y formas de vida. El arte, las costumbres, las creencias, los conocimientos y otros, son parte de lo cotidiano, de la vida de los pueblos y de las sociedades. Son el quehacer del hombre y la mujer en su entorno social desde su historia hasta su realidad actual.

En este quehacer encontramos a los medios de comunicación social o masiva a los cuales algunos llamamos medios de difusión colectiva, que tienen un impacto en la conciencia y en los hábitos de comportamiento de la población, a pesar de no ser eminentemente "masivos". De allí que el espacio de comunicación e incomunicación en nuestra sociedad se manifiesta en todos los niveles: personal, familiar, comunitario, social, nacional, regional, local, rural, urbano, colectivo y masivo.

La comunicación es el vehículo de masificación, el megáfono que amplifica y difunde los contenidos que se producen en el proceso de acción-reflexión de los grupos y organizaciones sociales. Pero la comunicación vista desde la perspectiva de lo "popular" o "alternativo" y no desde la visión tradicional de los medios de difusión colectiva como lo son los diarios, la televisión, la radio, el cine, las revistas, que no nos llevan a ser críticos y reflexivos de los hechos y situaciones. Sin embargo, nos hemos acostumbrado a pensar que sólo lo que ellos dicen es bueno.

Las series de televisión y las películas nos hablan de héroes (policías, ejércitos, boinas verdes, etc.) que en la vida real son el factor de corrupción, represión más brutal y de intromisión en la autodeterminación de los pueblos.

Los noticieros y diarios nos "informan" de cómo los "guerrilleros comunistas" atentan contra nuestra patria, nuestra libertad y nuestra religión, así confunden a la

población sobre la naturaleza e intencionalidad de :
legítimas aspiraciones de liberación que hoy se dan en t
el continente.

La cultura también tiene su propio lenguaje y su for
de manifestación; es la materia prima del proceso educati
y referido a nivel de comunicación popular, se ve reforza
por expresiones culturales como: la danza, el baile,
literatura oral, los mitos, etc. y es así como el pueb
comunica su forma de sentir, pensar, resistir y luchar.

Las expresiones culturales son las que pertenecen a
"cultura de masas". Son los códigos que representan y gener
la identidad de clase de los sectores populares o l
sectores que tienen u ostentan el poder.

La identidad del pueblo contiene multitud de element
negativos y representan elementos de valorización
reconocimiento como clase subalterna frente a la hegemon
de la clase dominante que tiene su propia expresión cultura

El lenguaje es la expresión de la comunicación. L
códigos que se manejen pueden ser impopulares o populares c
acuerdo a su orientación. Al hablar de lenguaje no ne
referimos al uso de palabras o términos que se utilizan, r
de términos abstractos y construcciones complicadas qu
confunden al grupo. Eso es sólo una de las formas c
comunicación con que expresa la cultura, es decir, la form
como el hombre se relaciona con su medio para transformarl

En la cultura popular aparece otra gran cantidad d
formas de expresión de lenguajes, de su cultura, como l
música, el canto, el color, el ritmo, los símbolos, lo
mitos, las leyendas, los cuentos, etc.

Estas además son formas de expresión y no abstraccione
del lenguaje intelectual. Es un lenguaje coloquial que aú
cuando se escriba, narra, cuenta y plática. En su contenid
y forma, manifiesta muchas veces la presencia de "valores
de la clase dominante, que ha utilizado históricamente tod
tipo de estrategias y medios para imponer su ideología y as

apoderarse de las conciencias, facilitar el proceso de dominación económico y político.

El discurso político "intelectualizado" usa términos / expresiones complejas, que produce barreras en la comunicación con sectores populares, éste se maneja como sinónimo de lenguaje revolucionario en asambleas, mitines y otras actividades colectivas o masivas.

Existe un desprecio por lo popular, su cultura y sus códigos, lo vemos en fiestas y celebraciones, donde la dominación, falta de conciencia e imaginación hacen de actos festivos populares, una burda y ridícula imitación de las formas de celebración de la burguesía o una repetición de las celebraciones a base de machismo y alcohol. La música y el baile (si así se pueden llamar algunos géneros de moda) son impuestos en cada momento y su origen es norteamericano. Estas y muchas influencias dominantes e imperialistas, se van transmitiendo de familia en familia, de generación en generación; los valores, costumbres, vicios y actitudes de la dominación hechan su raíz en el seno de la propia familia. La competencia y la "neutralidad política" (no te metas en política) el ascenso individual (estudia para llegar a ser alguien), el racismo ("lástima que sea indio") el temor a Dios, el respeto a lo establecido, etc. se van introduciendo lentamente en la conciencia y en el alma de la población, hasta normalizarlas para dominarla para que todo funcione conforme los intereses de los poderosos.

La "cultura del pueblo" se entiende como el conjunto de expresiones existentes que se agitan en ella y permiten advertir que es una mezcla de valores históricos de la clase popular, son "antivalores" impuestos, también históricamente por quienes nos dominan y explotan a nivel nacional e internacional.

Es una cultura inorgánica, diversa, parcializada y dispersa por el carácter subalterno de los sectores populares, donde se adoptan concepciones que no corresponden a los intereses reales de esos sectores.

Es una cultura asistemática y ambigua donde hay posiciones conservadoras, progresistas, donde mezclan los elementos de la clase dominante con la cultura antigua reciclada por la cultura del pueblo, pero de manera acrítica y muchas veces con posturas funcionales al poder establecido.

La cultura del pueblo contiene elementos activos de resistencia que pertenecen a la clase popular y sus intereses. De la resistencia debemos pasar a la actividad cultural que nos permita reconocer lo que nos pertenece, que nos identifica y nos permite desechar lo que nos imponen, que no enajena o aleja de la realidad, que nos divide, que nos es ajeno y nos hace perder nuestra propia identidad como pueblo.

La iglesia también aparece en todo trabajo ideológico (especialmente la católica). El engaño y manipulación de la Fe y del Evangelio por jerarcas al servicio de la clase dominante y sus intereses, manejan la conciencia ingenua de las grandes mayorías.

Estas reflexiones deben incorporarse a la enorme gama de manifestaciones culturales que hemos señalado, como el "lenguaje" que permita una mejor comunicación, el reconocimiento, revalorización crítica y apropiación de las formas y contenidos del lenguaje del pueblo. Lo anterior sólo es posible mediante la participación y apropiación del contenido y forma de trabajarlo, al alcance de los participantes, en un proceso de multiplicación y reproducción.

Los códigos culturales, que están presentes en la cotidianidad del trabajo educativo, piden una comprensión sistematizada (retomarlos y recuperarlos desde el pasado, a través del tiempo) para hacerlos operativos en la práctica.

En primer lugar porque obedecen al grado de influencia que sufren las manifestaciones culturales por la "cultura dominante". Las artesanías son un ejemplo, porque aparecen por la influencia de los medios masivos de comunicación y de la escuela, pero aún conservan el sentido de su origen popular.

La segunda clasificación, hecha en función de las formas y códigos del lenguaje popular que viven en lo heterogéneo o desigualdad de intereses de los sectores populares y de su situación de clase. El proceso de expresión dentro de las propias clases con un mismo horizonte cultural, da lugar a las formas-códigos que surgen de la gente, tales como el arte espontáneo, la comunicación cotidiana, la religiosidad, la familia, eventos colectivos, medicina popular o tradicional en contraposición a las formas-códigos influenciados por el aparato educativo, político, las instituciones religiosas y los medios de comunicación social y que tienen sus connotaciones propias.

SUMEN

La cultura son manifestaciones y formas de vida que forman parte del diario vivir de cada uno de nosotros. Dentro de este quehacer encontramos a los medios de comunicación social que tienen un impacto en la conciencia y en los hábitos de comportamiento de la población.

La cultura tiene su propio idioma, su propio lenguaje y su forma de manifestación. Dentro del marco de la comunicación popular la cultura se ve reforzada por expresiones culturales.

El lenguaje es la expresión de la comunicación, refiriéndonos a éste existen gran cantidad de formas de expresión, como la música, el canto, el color, el ritmo, los mitos, las leyendas, etc.

Vemos que en nuestra sociedad existe un desprecio por lo popular, su cultura y sus códigos, notándose en fiestas y celebraciones la influencia dominante que en muchas ocasiones se va transmitiendo de familia en familia; de generación a generación. Muchos de los vicios, costumbres, vicios, la competencia y la "neutralidad política", el ascenso individual, el racismo y otros se van introduciendo poco a poco en la conciencia y en el alma de la población, hasta normalizarla para dominarla para que todo funcione conforme los intereses de los poderosos.

La "cultura del pueblo" se entiende como el conjunto de expresiones existentes que se agitan en ella. Algunas características de esta cultura: una cultura no organizada, diversa, parcializada, y dispersa; una cultura sin sistema y ambigua pues se mezclan elementos de la clase dominante.

SUGERENCIAS DE TRABAJO No. 12

Armand Matterlart dice: Con lo que no estamos de acuerdo es el hecho de definir la cultura y la política cultural fuera de la órbita donde se gesta la vida cotidiana del individuo, hasta el término de sacralizarla.

Afirmación que la constatamos en nuestro país consideramos que las organizaciones populares, líderes comunales, docentes y estudiantes deben promover la cultura popular a través de la comunicación en general y los medios de comunicación de masas.

Imagínese que un gobierno democrático, reconociendo usted su compromiso con la sociedad, le coloca al frente del Ministerio de Cultura y Deportes. Escriba en forma resumida:

1. Un plan para promover la cultura popular a través de los distintos medios de comunicación social.
2. Escriba un reportaje sobre la música popular guatemalteca.
3. Diseñe un video dando a conocer las artesanías de los distintos lugares del país. Debe anotarlos en su texto paralelo.

BIBLIOGRAFIA BASICA

- . Cultura popular
Revista latinoamericana
Educación popular
1982.
1. La Carta
Periódico informativo del Consejo de Educación de
Adultos de América Latina (CEAAL) No. 149 y 150
Santiago, Chile, s/f
1. Gutiérrez, Francisco
Pedagogía de la Comunicación en la Educación popular
Editorial Popular (OEI)
Madrid, España
s/f
1. Paradigmas Indígenas de Comunicación
Asociación Mundial para la comunicación Cristiana WACC
Región América Latina/Caribe
1993
1. Zapeta, Estuardo
Comunicación Indígena en la era posmoderna
Centro de Estudios de la Cultura Maya CECMA
Guatemala
s/f
1. Comunicación y cultura
Documento del curso Comunicación y cambio social

PAUTAS PARA EVALUAR NUESTRO TRABAJO

Como sabemos, cualquier proceso que se inicia debe evaluarse constantemente para que tenga los frutos deseados por esta razón propongo algunas pautas para el presente trabajo con el objetivo que sea recreado y mejorado.

1. Logró los objetivos propuestos para cada tema?
Qué elementos permitieron lograrlos o cuáles fueron los obstáculos que lo impidieron?
2. Las dinámicas sugeridas para cada tema son las más adecuadas para promover cambios en los grupos populares?
3. Las ideas desarrolladas en cada uno de los temas le ayudaron a su aprendizaje? Es necesario actualizarlas
Cómo va a conseguirlo?
4. Las sugerencias de trabajo permitieron a los miembros del grupo u organización, ahondar más acerca de la realidad nacional, a conocer la situación de los medios de comunicación social, a tomar conciencia acerca del papel que deben jugar en la sociedad y comprometerse para lograr una comunidad mejor?
5. Constituye la guía un instrumento para el cambio social?