

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

Experiencia de comunicación
en la producción de mensajes interculturales

Trabajo de monografía presentado por
Nelson Gudiel Chicol Sotz

Previo a optar al título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, mayo de 2019

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantes

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretario

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González, presidenta-asesora

Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte, lector-examinador

M.A. Elpidio Guillén de León, lector-examinador



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



Guatemala, 31 de mayo de 2019
Orden de impresión
Ref. CT-Akmg- No. 012-2019

Licenciado
Nelson Gudiel Chico! Sotz
Carné 1645 38518 0404
Registro Académico 2008 22303
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Licenciado

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesora, con el título: **Experiencia de comunicación en la producción de mensajes interculturales.**

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un ejemplar impreso, un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central
- b) Dos ejemplares impresos y dos discos compactos en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

M. Sc. Sotz Gudiel Chico! Sotz
Director ECC



Dra. Aracelly Krisand Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo
AM/ akmg



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

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

Para efectos legales el autor
es el único responsable del contenido de este trabajo.

Janila nnuk'amowaj

chi re Ruk'u'x Kaj, Ruk'u'x Ulew
chi re ri Rajawal Walaxik.

ruma ri nutinamit,
ruma ri nuch'ab'al,
ruma ri nub'anob'al,

Naläx pa nuk'u'x yink'amowan chuqa'

chi ke konojel ri wach'alal,

chi re ri Maya' Wuj,

chi ke konojel ri wachib'il,

chi ke konojel ri winäq,

ri xinkitijoj, ri xinkito',

ri xkikuqub'a nuk'u'x, ri xinkikoch'

richin xinoqa k'a wawe'.

Nnuk'amowaj chi ke konojel.

Nnurayibej urtisanik pa kachoch,

pa kitijonik,

pa kisamaj,

pa kik'aslem.

Nnuk'amowaj rik'in ronojel nuk'u'x chi ke:

Wati't numama', Antonia Coy (†) y Cirilo Sotz;

nute' nutata María Sotz y Leonardo Chicol; **nuch'utitata** Pedro Sotz;

ri wach'alal Gloria, Williams, Giovani, Jairo, Luis, Rosselyn;

ri wixjayil, nutz'aqat Irene; **ri walk'wal** Vilma, Ángel, Kotz'i';

Ri loq'wachib'il pa Maya' Wuj, Raxche' Rodríguez (nutijonel), Ixmucuy,

Alba, Francisca, Ixyamanik, Héctor; **chi ke konojel ri yesamäj** pa Maya' Wuj

Ri loq'wachib'il: Armando, Belbeth;

ri Nana Aracelly Mérida; **konojel ri nutijonela'**.

Chi ijujunal iweta'm ri nimato'ik iya'on chi we rin.

Chi ijujunal iweta'm ri yixinloq'ej.

K'iy qajuniman, k'iy qeta'm.

K'iy xtiqajunimaj, k'iy xtiqetamaj apo.

K'iy nuk'as iwik'in.

Man ntikir ta nrusol nuk'u'x

ronojel ri ajowab'al,

ronojel ri loq'b'al

ri k'o wik'in chi iwij iwonojel.

K'amow, k'amow, k'amow, nimaläj k'amow



Nelson Gudiel Chicol Sotz

Miles de agradecimientos

al Corazón del Cielo, al Corazón de la Tierra y
a mi ch'umilal (destino),
por mi Pueblo,
por mi idioma,
por mi cultura.

Nace en mis sentimientos agradecer también

a toda mi familia,
a Maya' Wuj,
a todas y todos mis compañeros y amigos,
a todas las personas,
que me formaron, que me ayudaron,
que me animaron, que me tuvieron paciencia
para poder llegar hasta aquí.

Agradecimientos a todas y todos.

Les deseo grandes cosas en su hogar,
en sus estudios,
en su trabajo,
en su vida.

Agradezco con todo mi corazón a:

mi abuela y abuelo, Antonia Coy (†) y Cirilo Sotz;
mi madre y padre María Sotz y Leonardo Chicol; **mi tío** Pedro Sotz;
a mis hermanas y hermanos Gloria, Williams, Giovani, Jairo, Luis, Rosselyn;
a mi compañera de vida Irene; **a mis hijas e hijo** Vilma, Ángel, Kotz'i';
a mis amigas y amigos en Maya' Wuj, Raxche' Rodríguez (mi mentor), Ixmucuy,
Alba, Francisca, Ixyamanik, Héctor; **y a todas y todos que forman Maya' Wuj**
a mis grandes y queridos amiga y amigo: Belbeth y Armando;
a mi asesora Aracelly Mérida; **y a todos mis formadoras y formadores**.

Cada una y uno sabe lo mucho que me han ayudado.

Cada una y uno saben lo mucho que les quiero y admiro.

Muchas cosas hemos compartido y aprendido.

Muchas cosas compartiremos y aprenderemos aún.

Es mucho lo que les debo.

No puedo describir

todo lo que los admiro,

y todo el cariño

que le tengo a cada quien.

Gracias, gracias, gracias, miles de gracias.

Nelson Gudiel Chicol Sotz



Índice

Resumen	VIII
Nab'ey Tanaj - Capítulo 1 Anotaciones preliminares.....	9
1.1. Título del tema	9
1.2. Introducción	9
1.3. Antecedentes	9
1.4. Justificación	12
1.5. Descripción y delimitación del tema	17
1.6. Objetivos	17
Ruka'n Tanaj - Capítulo 2 Fundamentación teórica	18
2.1. El estudio de la comunicación	18
2.1.1. Teorías y modelos de comunicación	18
2.1.2. Teorías de la comunicación intercultural.....	19
2.2. Los elementos semiológicos de Eco y Barthes	21
2.2.1. Registro visual	21
2.2.2. Registro verbal.....	21
2.3. El estructuralismo	22
2.3.1. El estructuralismo y la producción gráfica de mensajes.....	22
2.3.2. La comunicación visual	24
2.3.3. La comunicación escrita	25
2.4. Proceso de la comunicación.....	27
2.5. El mensaje.....	27



2.6.	Multiculturalidad, multilingüismo e Interculturalidad.....	28
2.7.	Los mensajes interculturales en Guatemala (un esbozo de lo que deberían ser)	30
2.8.	La comunicación intercultural	30
2.9.	El diálogo intercultural	33
2.10.	Características lingüísticas y culturales de Guatemala	34
2.11.	Marco legal sobre derechos de pueblos indígenas	36
2.12.	Elementos del diseño.....	37
2.12.1.	El diseño	37
2.12.2.	El diseño editorial	38
Rox Tanaj - Capítulo 3	Reseña de Editorial Maya' Wuj.....	40
3.1.	Nawal Wuj Nawal Samaj.....	40
3.1.1.	Editorial Maya' Wuj.....	40
3.1.2.	Servicios Editoriales	43
3.1.3.	Publicaciones de editorial Maya' Wuj.....	44
Rukaj Tanaj - Capítulo 4	Experiencia de comunicación en la producción de mensajes interculturales	45
4.1.	¿Qué es un mensaje intercultural y cómo funciona en Maya' Wuj?	45
4.2.	Principios para la producción de mensajes interculturales en Editorial Maya' Wuj.....	46
4.2.1.	Multiculturalidad e interculturalidad	47
4.2.2.	Bilingüismo	47
4.2.3.	Oportunidad	49
4.2.4.	Complementariedad.....	50
4.2.5.	Igualdad	50
4.2.6.	Flexibilidad.....	50



4.2.7.	Perfectibilidad.....	51
4.2.8.	Participación	51
4.2.9.	Evaluación	51
4.3.	Criterios generales para la producción de mensajes interculturales	52
4.3.1.	Identificación del grupo objetivo.....	52
4.3.2.	Conceptualización	54
4.3.3.	La forma y el contenido.....	55
4.3.4.	Los colores.....	56
4.3.5.	Los elementos culturales	58
4.3.6.	El bilingüismo o multilingüismo	65
4.3.7.	La ilustración	68
4.3.8.	La tipografía	70
4.3.9.	El uso de mayúsculas.....	73
4.3.10.	Criterios de edición de contenidos que propician la multiculturalidad e interculturalidad.....	73
4.3.11.	El subtexto	77
4.3.12.	El equilibrio y armonía visual.....	79
4.3.13.	El uso de un idioma franco	81
4.3.14.	La ley de idiomas nacionales y su aplicación en la producción de mensajes interculturales	81
4.3.15.	Sobre libros de texto	82
4.4.	Algunos criterios para el tratamiento de la cultura xinka y garífuna.....	83
Ro' Tanaj – Capítulo 5 Retos que enfrentan los comunicadores y diseñadores para la producción de mensajes interculturales		86
5.1.	El uso adecuado de conceptos	86



5.1.1. Idioma, lengua, dialecto.....	87
5.1.2. Traje típico, traje maya.....	88
5.1.3. Indio, indígena.....	89
5.1.4. Muchacha.....	89
5.2. La función del comunicador intercultural (a manera de recomendaciones).....	90
Conclusiones.....	91
Recomendaciones.....	93
Referencias	95
Egrafías.....	98
Anexo 1 Documentos legales.....	99
Anexo 2 Elementos culturales comunes en diferentes idiomas	101
Anexo 3 Glosario sobre la diversidad étnica y cultural utilizados en esta monografía.....	104

Índice de gráficas

Gráfica 1. Proceso de la comunicación	27
Gráfica 2. Principios para la producción de mensajes interculturales de la Editorial Maya' Wuj	47
Gráfica 3. Criterios generales para la producción de mensajes interculturales en Maya' Wuj	52

Índice de imágenes

Imagen 1. Portada de revista de Look Magazine julio de 2017	14
Imagen 2. Fotos de campaña de comunicación de Zeta Gas	15
Imagen 3. Mapa lingüístico de Guatemala	34
Imagen 4. Logotipo de Maya' Wuj.....	40
Imagen 5. Foto de Cholb'al Q'ij - Agenda Maya 2019.....	41
Imagen 6. Ejemplos de bilingüismo visualmente equilibrados en países multilingües.....	48



Imagen 7. Evento Dixit realizado el 1 de marzo de 2019.....	49
Imagen 8. Ejemplo de conceptualización. Portada de Libro.	54
Imagen 9. Colores básicos del pueblo maya. Bandera maya.....	57
Imagen 10. Inicio de capítulo de un libro que incluye cabeza numeral mal utilizada.....	59
Imagen 11. Ejemplo de utilización de Glifos <i>sagrados</i> para colocar números en su interior	60
Imagen 12. Muestra de interior de libro en donde se utiliza el glifo maya adecuadamente y no como accesorio o decoración.....	61
Imagen 13. Ejemplo de páginas numeradas en dos sistemas de escritura, página par e impar	62
Imagen 14. Ejemplo de publicación utilizando fechas mayas.....	62
Imagen 15. Ejemplo de escritura incorrecta de los números mayas.....	63
Imagen 16. Ejemplo de numeración maya y arábica equilibrada en inicios de capítulos	64
Imagen 17. Inicio de capítulo de libro. El glifo representa el numeral ordinal 1º.....	64
Imagen 18. Bilingüismo asimétrico y desequilibrado	66
Imagen 19. Texto con traducción separada. Connota ideas de segundo y tercer orden.	67
Imagen 20. Ejemplo de equilibrio, prioridad, traducción.....	68
Imagen 21. Ejemplo de contextualización de imágenes según el contexto cultural al que se dirige.....	69
Imagen 22. Texto con error tipográfico, error en separación de glotal	72
Imagen 23. Propuesta de logotipo con subtexto cultural.....	78
Imagen 24. Subtexto de género, mujeres en trabajos “para hombres”	78
Imagen 25. Ejemplo de equilibrio y armonía visual.....	80
Imagen 26. Páginas de textos Kaqchikel en donde se incluyen personas garífunas y xinkas	85



Resumen

Guatemala está en un proceso de construcción de las prácticas interculturales. El reconocimiento de la multiculturalidad en los Acuerdos de Paz exige a los habitantes hábitos interculturales. No obstante, a 23 años de la firma de los acuerdos, aún se pueden observar actitudes que demuestran la falta de la interculturalidad. Los mensajes que se emiten a diario por diferentes entidades demuestran diferentes sesgos. Al hacérseles análisis semiológicos se puede observar lo que connotan y denotan.

Esta monografía recaba la experiencia obtenida en la Editorial Maya' Wuj durante 30 años de trayectoria. A prueba y error se ha logrado recabar una serie de criterios y elementos que pueden contribuir para la producción de mensajes que reflejen la multiculturalidad y la interculturalidad de Guatemala. Estos criterios forman parte del manual de estilo de la editorial. Pero, también pueden utilizarse por comunicadores, escritores, editores, diseñadores para iniciar a producir mensajes que sean interculturales y, a través de ellos, también se comience a posicionar hábitos, diálogos y comunicación intercultural.

En este trabajo se describen, con detalles, elementos que deben ser cuidados al momento de producir mensajes que van a ser dirigidos a receptores guatemaltecos en contextos multiculturales. Esto independientemente que los receptores pertenezcan a un pueblo indígena o no. Profesionales que tienen en sus manos hacer comunicación, extensa o corta, deben conocer y saber aplicar todos los elementos que se utilizan en el diseño, edición y producción de mensajes. Estos elementos comprenden desde los colores, las formas, la tipografía, el bilingüismo, entre otros. Todos estos elementos son abordados en esta monografía con indicaciones de aplicación para hacer mensajes interculturales. Se hace la aclaración que este estudio es tan útil para personas no indígenas como para personas indígenas.

Palabras clave: diseño intercultural, mensajes interculturales, bilingüismo visual, prestigio social de idiomas y culturas, prácticas interculturales en mensajes, uso de idiomas mayas en mensajes, experiencia editorial, editorial maya, multiculturalidad, jerarquía visual, trajes típicos, lengua, dialectos.



Nab'ey Tanaj¹ - Capítulo 1

Anotaciones preliminares



1.1. Título del tema

Experiencia de comunicación en la producción de mensajes interculturales.

1.2. Introducción

Esta monografía presenta la “Experiencia de comunicación en la producción de mensajes interculturales”. Un tema que tiene como objetivo establecer una ruta para la construcción, producción y emisión de mensajes interculturales para contextos multiculturales como Guatemala.

El trabajo se divide en cinco capítulos. En el primero se describen las anotaciones preliminares. En él se consignan el título del tema, los antecedentes, la justificación, la delimitación del tema y los objetivos. En el segundo capítulo se describe toda la fundamentación teórica en la que se basa el presente trabajo. Se describen conceptos relacionados al tema que van desde lo general a lo particular. En el tercer capítulo se encuentra la reseña de la Editorial Maya' Wuj. En el cuarto capítulo se explican los fundamentos o principios y los criterios para la producción de mensajes interculturales. El quinto capítulo incluye retos que el comunicador o diseñador debe superar para que pueda producir mensajes que sean interculturales. Superando los obstáculos se puede llegar a ser un comunicador intercultural. Al final de la monografía se incluyen anexos. Ahí se encontrarán documentos legales de Maya' Wuj y otros recursos para la producción de mensajes interculturales. Además, se incluye un glosario de conceptos relacionados al contexto social guatemalteco. El glosario final, que explica una serie de términos usados dentro de este estudio, es fundamental para la comprensión de la conceptualización y contextualización de este trabajo.

1.3. Antecedentes

Se han realizado pocos estudios similares al presente. Por lo general, se han realizado análisis de contenidos sobre los mensajes que emiten piezas de comunicación, campañas publicitarias,

¹ Los nombres de los capítulos están Kaqchikel y Castellano. Se incluye también el glifo del número ordinal.



programas de televisión, artículos de prensa, entre otros. No obstante, casi ninguno hace referencia al proceso de producción de mensajes de carácter intercultural en Guatemala. Y, en un contexto como el de Guatemala, vale la pena indagar sobre el proceso de producción de mensajes que respondan a contextos multilingües y multiculturales.

Entonces, como antecedentes, se han encontrado los siguientes trabajos. Cada uno abordan diferentes temas de la comunicación, la comunicación visual, la conceptualización, el diseño y la interculturalidad, pero siempre están vinculados a este estudio. Están consignados en orden cronológico.

La tesis *“La comunicación visual en los libros de texto de primaria”* fue presentada por Cinthia Hernández (2004) previo a optar al título de licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala. Este trabajo aborda sobre los elementos de comunicación visual específicamente para la producción de libros de texto para niños en el sistema de educación escolar. Así también aborda la historia de la comunicación visual. Da un panorama muy general de la comunicación desde el punto de vista de diferentes culturas como la egipcia, la china, la fenicia, la maya, entre otros. Además, describe el proceso editorial para la producción de un libro de texto escolar. Los pasos son similares para la producción de una pieza de comunicación de cualquier índole. Pasos que llevan desde la planificación hasta el arte final o hasta la impresión.

Por otra parte, una tesis similar a la anterior es la de Amanda Escalante (2006). Esta tesis fue presentada para optar al título de licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala la cual lleva por título: *“Elementos gráficos en las carátulas de los libros de español y estudios sociales para primero básico serie aula creativa de editorial Santillana”*. En esta tesis se abarca sobre los elementos que inciden en el diseño de portada y todo lo que concierne a un libro. Tiene relación con el tema de estudio porque en el quehacer editorial se producen todo tipo piezas de comunicación como afiches, libros, portadas de libros, folletos, trifoliales y demás. En esta tesis se aborda también todo lo relacionado con el equilibrio visual, la armonía y contraste, el color, la percepción visual, entre otros elementos que tienen que ver con la producción de mensajes con significado para el grupo objetivo al que va dirigido.



Otro estudio, afín a este, porque define los elementos básicos de la comunicación visual, y, además, porque esboza sobre la posibilidad del uso de diseños mayas en la comunicación visual; es la tesis de Angel Castellanos (2009) para optar al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala. Esta investigación se titula *“La publicidad y el diseño gráfico, aliados creativos en la comunicación visual”*.

Edgar Morales (2011) realiza su tesis para optar al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala desde el enfoque estructuralista. Este lleva por título: *“Nacimiento, definición y desarrollo de un producto de comunicación gráfica”*. Es un estudio que describe aspectos que confluyen para el desarrollo de la comunicación gráfica. Resaltan los valores de la ilustración, el registro visual y el registro verbal. Además de otros aspectos como la función del comunicador visual, su vocación, sus habilidades, etcétera. Es un estudio que ayuda a comprender conceptos que giran alrededor de la producción de material gráfico.

Asimismo, la tesis *“La comunicación intercultural y su aplicación en el noticiero radial Maya K’at -Red Maya- (De la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER)”* De Karenina Contreras (2014) realizado para optar el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala, también hace énfasis sobre la importancia de la comunicación intercultural en contextos multiculturales y multilingües como Guatemala. Esta tesis, por ser más específica en la comunicación verbal, aborda sobre la importancia de utilizar los idiomas indígenas en el noticiero radial Maya K’at. De esta manera se podría tener mayor inclusión de los otros pueblos y culturas que conviven en Guatemala y se podrían abordar temas desde las perspectivas indígenas.

Así pues, como otro antecedente, se encuentra la tesis de Herson García para optar al título de licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala con el título *“El afiche: una pieza de comunicación gráfica”* (2015). Este trabajo de investigación describe los elementos principales de un mensaje gráfico, lo denotado y lo connotado como las funciones de anclaje y de relevo que realizan los registros visuales y verbales de una pieza de comunicación. Además, explica la importancia de la comunicación visual bajo la premisa de que una imagen vale más que mil palabras. Esto siempre y cuando la imagen no entorpezca ni dificulte



el mensaje que se quiera transmitir. También explica sobre la importancia del afiche como pieza de comunicación gráfica que es de uso muy común para cualquier institución que desea transmitir algún mensaje a un público en específico.

La tesis de Samuel Calán (2016) para optar al título licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala el cual se titula *“Propuesta: comunicación intercultural para Chichicastenango, departamento de Quiché”*. Calán, el autor, explica sobre el significado, la importancia y el cómo hacer comunicación intercultural. En sus conclusiones afirma que la comunicación intercultural es una necesidad latente en Guatemala. Además, realiza un análisis sobre los diferentes elementos a tomar en cuenta para tratar de ser intercultural en la comunicación. Aborda temas como el idioma, la vestimenta, y otros rasgos culturales que inciden en la producción mensajes; que son necesarios tomar en cuenta para la comunicación intercultural.

Orlando Blas (2015) hace un estudio para optar al título de Licenciatura en comunicación y diseño de la Universidad Galileo. Este se titula *“Diseño de un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social”*. Este estudio tiene vinculación con esta investigación debido a que comprende un enfoque estructuralista. Es decir que explica las diferentes disciplinas, factores y elementos que intervienen en el diseño de un folleto que refleje interculturalidad y que acerque a un lector extranjero a la cultura guatemalteca. Además, incluye el proceso editorial que debe llevar la producción de un folleto que a su vez es un medio de comunicación.

1.4. Justificación

En sociedades como Guatemala, es importante elaborar y producir mensajes con pertinencia lingüística y cultural e interculturales debido a que es en un país de característica multicultural así se reconocen en los Acuerdos de Paz, específicamente en el *Taqanem pa Kiwi' Qawinaq - Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas*. “La Nación guatemalteca tiene un carácter multiétnico, pluricultural y multilingüe” (2008). Es multiétnica (4 pueblos con sus respectivas culturas e historia: maya, xinka, ladina y garífuna), multilingüe (25 idiomas) y por ende pluricultural.



En la actualidad se emiten cientos de mensajes gráficos a diario a todo tipo de públicos y con todo tipo de intenciones. Todos los mensajes contienen diferentes elementos, desde textos, colores, imágenes, hasta el imaginario o autoconcepto social de quien emite el mensaje. Este estudio se basa, principalmente, en algunos elementos de semiología. El campo de la semiología es averiguar qué se emite, qué se denota y qué se connotan en las imágenes. Augusto Velásquez afirma que “El método semiótico concibe a toda imagen como un discurso y, por lo tanto, como un mensaje portador de contenidos ideológicos” (Velásquez, 2012, pág. 156). Desde este punto de vista, se percibe que todo mensaje puede tener sesgos culturales, políticos, religiosos, lingüísticos, incluso la percepción de la sociedad sobre sí misma, etcétera.

Por lo anterior, por lo que un mensaje transmite, no se puede tomar a la ligera su producción. No se pueden concebir ni desarrollar los mensajes sin tener conocimiento del impacto o repercusiones que puedan tener en el público al que va dirigido. Es por ello por lo que este estudio tratará de dar un aporte en la construcción de mensajes interculturales que respondan al contexto multicultural guatemalteco. Para ello, se identifican los signos que se utilizan en la producción de mensajes lo que denotan y connotan. Además, esto permite la posibilidad de evitar el uso de formas, mensajes o contenidos que generan controversia o conflictos culturales. Que el uso de simbología propia de los pueblos guatemaltecos no sean un simple adorno fuera de contexto, sino que reflejen conocimiento y respeto por la identidad multicultural de Guatemala.

Luego de este estudio, se podría comenzar a idear un modelo, definir criterios, principios, premisas o, incluso, una metodología semiológica para propiciar la comunicación intercultural más abiertamente y para cualquier soporte o contexto para que los mensajes sean más inclusivos, respetuosos y equitativos.

Es necesario analizarse y discutirse los resultados de este estudio. Este ejercicio contribuiría a evitar problemas, como los casos paradigmáticos de los últimos años y meses, en los que se evidencia un discurso racista hacia pueblos indígenas. En la mayoría de los casos, quienes emiten el mensaje, indican que no tiene esa intencionalidad. Esto podría ser porque hay un discurso social tan arraigado y visto tan normal que no se puede determinar cuándo una imagen puede o no ser denigrante. Por ejemplo, está el caso de la portada de Look Magazine del mes de julio de 2017.



Imagen 1.
Portada de revista de Look Magazine julio de 2017



Fuentes: www.facebook.com/lookmagazinegt/

Este caso llegó a tener tantas repercusiones. La misma Comisión Presidencial contra la discriminación y el racismo -CODISRA- accionó legalmente para que se pidiera una disculpa pública por dicha imagen.

Otro ejemplo que justifica la necesidad de este trabajo es la imagen de Zeta Gas. Para empezar, es una imagen misógina. Refleja a la mayoría de las mujeres para trabajo doméstico y a los hombres para trabajo profesional. También refleja una carga de discriminación étnica. Se observa a una sola mujer indígena. Además, es una mala representación de la mujer indígena. Es evidente que la mujer no es indígena. Se percibe por el uso de su vestimenta y el maquillaje. Se debe hacer la salvedad que, al menos, tratan de incluir a la población indígena. Sin embargo, no tienen criterios objetivos para hacerlo.



Imagen 2.
Fotos de campaña de comunicación de Zeta Gas



Fuente: <https://www.facebook.com/pg/ZetaGasGt/photos>

Este estudio es importante y útil para académicos, intelectuales y responsables del campo de la comunicación porque describe cual ha sido la experiencia de comunicación en la producción de mensajes interculturales que ha tenido la Editorial Maya' Wuj en 30 años de trayectoria. Además,



siente bases y precedentes para propiciar el diálogo intercultural en piezas de comunicación. Tiene trascendencia social porque comunicadores sociales o las personas encargadas de la comunicación pueden usar este estudio como guía. De ser así los mensajes que se emitan serían con mayor sentido y con una identidad social que contemple la diversidad social de Guatemala. Solo así, la sociedad guatemalteca percibirá la diversidad (a través de los mensajes) como algo normal y sin sesgos, como una oportunidad y no como un obstáculo social que impide el desarrollo.

Una razón más para justificar este estudio es por lo expuesto por Eduardo Gularte (2009) en una monografía que él realizó titulada “El diálogo intercultural a través de la comunicación visual en Guatemala”. En este estudio se hace un análisis de lo que se hace, se piensa, se dice, se refleja y se actúa como sociedad a través de los medios visuales. Como se menciona anteriormente, Guatemala es un país con característica multiétnica, multilingüe y multicultural. A pesar de ello, lo que se evidencia en el imaginario social, refleja completamente lo contrario. Según Gularte, en Guatemala impera un discurso social racista, poco empático, paternalista y denigrante para un determinado grupo social. Lo afirma con un ejemplo de mensaje típico en Guatemala.

Un ejemplo, ...de una caricatura del género de opinión o humorismo político, en el cual se hace referencia al hecho de que el Canal 5 de televisión abierta (antes asignado al Ejército) fue entregado, por el entonces presidente Alfonso Portillo, a la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala (ALMG). En la ilustración aparece una persona con rasgos no indígenas (ladino) sentada en un sofá viendo el televisor (Canal 5), de cuya pantalla están saliendo vendedores de mercado, pordioseros, bailarines folclóricos, cuidadores de carros, etc. Toda una estampa visual que sirve como ejemplo de la ausencia de ese diálogo intercultural: presentar a la población Maya como vendedores de mercado, gente pobre, folclórica-turística-espectáculo, con tales características muestra un total desconocimiento del valor de estos grupos Mayas. Se presenta de esta manera, una parte peyorativa del ser indígena. La pregunta es si ¿no es esto acaso un reflejo de la sociedad guatemalteca y de las relaciones que se han venido dando entre las distintas... (Gularte, 2009, pág. 2 y 3).

Gularte hace mención sobre lo que se percibe en los medios de comunicación. También, lanza la cuestión, ¿lo comunicado es el reflejo de la sociedad guatemalteca o es la falta de un proceso estructurado que contemple elementos, factores o aspectos para la producción de piezas de



comunicación que integren o que reflejen el valor cultural de Guatemala? Más adelante, de la monografía en mención, se aborda la riqueza de las formas visuales y simbólicas de los diferentes pueblos o comunidades de Guatemala. Este es un aporte porque da la noción de los elementos que pueden ser usados en la producción de mensajes visuales o verbales. Eso sí, se debe tener cuidado al usar estos elementos ya que su uso en un contexto inadecuado puede causar conflictos culturales. Por ello este trabajo trata de dar nociones de uso de los elementos culturales para la producción de mensajes interculturales. Todo ello a partir de la experiencia en la Editorial Maya' Wuj.

1.5. Descripción y delimitación del tema

Este estudio se circunscribe únicamente a la experiencia de comunicación obtenida en la producción de mensajes interculturales dentro de la Editorial Maya' Wuj.

1.6. Objetivos

General

Describir la experiencia de comunicación en la producción gráfica editorial para contextos multiculturales de la Editorial Maya' Wuj de los últimos 10 años.

Específicos

- Explicar conceptos propios del contexto multicultural guatemalteco útiles dentro de la producción de comunicación gráfica (registro verbal).
- Enumerar diferentes elementos visuales propias de las culturas guatemaltecas que pueden ser aplicados en la comunicación gráfica (registro visual).
- Establecer una ruta del proceso editorial para la producción gráfica de mensajes interculturales.
- Especificar criterios para validar la producción gráfica de mensajes interculturales.
- Detallar los distintos retos que debe superar el comunicador para la producción de mensajes interculturales.



Ruka'n Tanaj - Capítulo 2

Fundamentación teórica



2.1. El estudio de la comunicación

2.1.1. Teorías y modelos de comunicación

El estudio de la comunicación ha atraído la atención de diferentes disciplinas sobre todo porque la comunicación en palabras de Schramm “ha sido un estudio auxiliar, necesario para la comprensión del comportamiento humano y social y contributiva a otra teoría” J. A. Paoli, 1979; citado en (Millán, S/F, pág. 6). De esta cuenta se han desarrollado diferentes teorías o modelos a seguir que tratan de explicar el fenómeno social de la comunicación.

Existen diferentes modelos o teorías de comunicación planteadas desde diferentes corrientes del pensamiento. Un modelo es el esquema teórico de un determinado problema. Lo describe a tal grado que sea más fácil su comprensión. La comunicación, al igual que otras ciencias como la psicología, la biología, la filosofía entre otras, se fundamentan en modelos. Así es, más fácil comprender el objeto de estudio.

Para explicar la comunicación existen diferentes postulados sobre los modelos. Los más conocidos y comunes son: estructuralista, funcionalista y conductista. No obstante, hay otros que se basan en diferentes formas de percepción de la comunicación. Para fines de este estudio se toman algunos modelos descritos dentro del libro “*La competencia comunicativa intercultural. Un estudio en el primer ciclo de la Educación Secundaria Obligatoria*” (Baños, 2008). Se toman estas teorías porque guardan una relación directa y tienen puntos comunes con este estudio. Por supuesto, los límites de estos modelos no son bien definidos.

El libro aborda sobre la relación intercultural desde la práctica vivencial, en la convivencia, en las relaciones interpersonales, en el acercamiento cultural. Por otra parte, este estudio se circunscribe a la práctica de comunicación intercultural en medios de comunicación visuales. De todas formas, guardan relación pues la comunicación visual es una forma de comunicación bastante usual dentro de nuestro contexto. La comunicación intercultural visual es lo que, principalmente, se desarrolla en este trabajo.



2.1.2. Teorías de la comunicación intercultural

Construcción de la tercera cultura (Fred L. Casmir, 1993) citado en (Baños, 2008, págs. 24-29). Se basa en el interaccionismo simbólico. Plantea la posibilidad de construir una tercera cultura en contribución de dos. Esta tercera cultura facilitaría la comunicación intercultural y la haría más efectiva. Puesto que buscaría consensos de significados y aspectos compartidos. Es la adaptación recíproca de dos participantes y la superación de obstáculos.

Se considera esta teoría porque en el trabajo editorial, cómo se verá más adelante, se busca el consenso, en la búsqueda de mejores formas de comunicación intercultural. En el camino del consenso se forma una tercera cultura en donde las partes aceptan: el interaccionismo simbólico, la resignificación de elementos, y el compartir elementos entre culturas. Se da una adaptación recíproca de las partes con las que se producen los mensajes interculturales.

Gestión coordinada de significados y reglas (Dodd, C.H., 1991) citado en (Baños, 2008, pág. 26). Se aplica al estudio de la comunicación intercultural. Es “...gestionar desde las diversas perspectivas una única interpretación, que no dé lugar a dudas o malentendidos.” (Baños, 2008, pág. 26). Se busca que los significados sean coordinados entre los participantes del proceso de comunicación. De esta manera se podría llegar al consenso o el uso adecuado de términos que denigren a una de las dos partes participantes en los mensajes interculturales. Por ejemplo, los términos: traje típico, indio, lengua, dialecto, entre otras; se podrían gestionar para coordinar sus verdaderos significados o, en el mejor de los casos, buscar otras formas adecuadas de utilizarlos. La coordinación sería llegar a utilizar: traje maya, ropa maya, indígena, lengua o idioma y dialecto (pero con el uso adecuado del término) para que los mensajes logren la interculturalidad.

El constructivismo (Baños, 2008, pág. 28).. Basado en la organización cognitiva de las personas. Dentro de este modelo resaltan el aporte sobre la concepción cultural de la construcción de esquemas mentales. En este caso se reconoce que todas las personas conocen o tienen una forma de interpretar todo cuando los demás hacen, dicen, piensan y significan. La cultura del individuo que interpreta tiene mucho que ver con ese conocimiento desarrollado. De esta manera, todas las personas tienen una manera de ver e interpretar las cosas. Entonces existe variadas visiones y significaciones.



Penetración social (Baños, 2008, pág. 27). La información compartida o la información que se tiene sobre cada participante de un proceso de comunicación determina las relaciones humanas que se pueden desarrollar. Pero, si no se tiene suficiente información de un participante, pueden darse relaciones interpersonales superficiales. Si se tiene suficiente información pueden darse relaciones interpersonales profundas. Esto también viene a ser condicionada sobre el nivel de información que se tenga de los participantes, el nivel que se investigue o hasta el nivel que alguno de ellos quiera compartir. Dentro del proceso de producción de mensajes interculturales es imperante una actitud de profundización. Los comunicadores deben interesarse por conocerse a profundidad o por conocer a profundidad al receptor de los mensajes que se le quieran hacer llegar. En el ámbito guatemalteco se ha desarrollado el conocimiento hacia el otro de manera superficial. Especialmente hacia las comunidades indígenas. A pesar de haber basta información de las poblaciones indígenas, no es de interés de quienes quieran comunicarse con ellos, el querer conocerlos a profundidad. Entonces, esto condiciona que los mensajes que se producen para ellos sean muy superficiales y hasta denigrantes.

Teoría del conflicto intercultural. El conflicto en este caso “...es una forma de acción social regulada por las normas culturales. La cultura modela tanto el tipo de conflicto que se desencadena como también el proceso de resolución del conflicto más adecuado desde cada perspectiva cultural.” (Ting-Toomey, 1999) citado en (Baños, 2008, pág. 28). Para que esta teoría se desarrolle es necesario reconocer que existe el conflicto. Si alguna de las partes no reconoce el conflicto será difícil que se identifique alguna resolución. Pues, solo una de las partes buscará de qué manera resolver el conflicto. Al hacerse así es muy difícil sensibilizar a la otra parte sobre la necesidad de resolver diferencias. Cuando, se evidencia sobre la discriminación en Guatemala (en discursos, en medios de comunicación, en las relaciones sociales e interpersonales) es encontrar un conflicto. El problema, en la mayoría de los casos, es el reconocimiento y la aceptación del conflicto. Se niega y se denigra a los afectados. Se aduce que son exagerados o que no hay tal conflicto. Este trabajo evidencia el conflicto y la forma de superarlo. Al menos en la producción de mensajes interculturales de tipo visual.



2.2. Los elementos semiológicos de Eco y Barthes

“La semiología es el estudio de los signos en el seno de la sociedad.” (Barthes, Bremond, et al, 1974). Y, el seno de la sociedad guatemalteca tiene una riqueza de signos que su uso puede tener diferentes complejidades. Por lo que los mensajes emitidos desde este contexto bien pueden reflejar o contrastar el pensamiento social establecido.

Los mensajes están formados por signos que han sido combinados de acuerdo con un código socialmente establecido, sin embargo, se ha encontrado que los signos poseen un significado denotativo y otro connotativo. Así mismo el mensaje tiene un significado manifiesto y uno latente (Millán, S/F, pág. 9).

Los aportes de la semiología en la producción gráfica permitirían, en primera instancia: estudiar y analizar mejor los signos que en los pueblos guatemaltecos existen y, en segunda instancia: aplicar con propiedad dichos signos al momento de producir mensajes.

2.2.1. Registro visual

Es un elemento de análisis semiológico. Es de utilidad para este estudio porque al finalizar la producción de un mensaje, se pueden analizar cada uno de sus elementos visuales que contiene. “El análisis del registro visual sirve para ver cómo se utilizan las imágenes y qué significados transmiten.” (Velásquez, 2012, pág. 121).

Asimismo, debe analizarse el carácter denotativo y connotativo de cada pieza de comunicación. Ya que estos varían según el contexto. Un zapato viejo puesto en diferentes contextos puede significar diferentes cosas. Es por ello por lo que el registro visual recoge todas las denotaciones y connotaciones posibles de cada elemento utilizado en un diseño o pieza de comunicación gráfica.

2.2.2. Registro verbal

Este elemento es un factor importante dentro de una pieza de comunicación. Aunque tendencias actuales suelen utilizar únicamente imágenes simples dejando libertad de interpretación a los receptores (hay mensajes que son muy claros visualmente que no requieren de descripción). La función del registro verbal es fijar o establecer una idea del mensaje. Refuerza o redonda lo que ya



está dicho visualmente. “Eco afirma que el registro verbal tiene como función fijar el mensaje ya que las imágenes pueden producir interpretaciones vagas.” (Velásquez, 2012, pág. 123)

2.3. El estructuralismo

Para este estudio, que tiene por objeto relatar la experiencia de comunicación en la producción gráfica de mensajes interculturales, se tiene como modelo de análisis y estudio el modelo estructuralista. Esto porque, bajo esta corriente, se estudian las estructuras de la comunicación. Se estudian los elementos con los que se construyen o con los que están contruidos los mensajes. Para un acercamiento a la corriente estructuralista se toma el concepto de Piaget:

...una estructura es un sistema de transformaciones que entraña unas leyes en cuanto sistema (por oposición a las propiedades de los elementos) y que se conserva o enriquece por el mismo juego de sus transformaciones, sin que estas lleguen a un resultado fuera de sus fronteras o reclamen unos elementos exteriores. En una palabra, una estructura comprende así los tres caracteres de totalidad, de transformación y de autorregulación Piaget citado en (Muñoz, 2005, pág. 199).

El enfoque estructuralista trata de desentrañar los elementos de un fenómeno, los analiza a cada uno como un todo (totalidad), las connotaciones que puedan llegar a suceder o lo que la unión de varios signos pueda comunicar (transformaciones); de la totalidad surgen transformaciones. Varios signos asociados pueden transmutar a un siguiente signo que dependen y tienen regulaciones de los signos de los que se desprenden (autorregulación). Así una transformación se autorregula por los propios signos que lo componen. Como se puede observar, al aplicar estos conceptos de tipo estructuralista, se analizará los elementos a utilizar en la construcción de un mensaje. Luego se analiza la totalidad del mensaje, las transformaciones desde cada uno de sus elementos y la autorregulación que sucede dentro del contexto de los signos.

2.3.1. El estructuralismo y la producción gráfica de mensajes

Para describir la morfología de los mensajes que se producen se pueden mencionar varios elementos comunes. La teoría y modelo de análisis de Umberto Eco y Roland Barthes sirven para



este propósito, pues, desglosa morfológicamente diferentes elementos que componen un mensaje para analizarlos.

Estos elementos están enfocados directamente a la estructura de un afiche o pieza gráfica. Piezas que se componen por: imágenes (principalmente), textos, colores, tamaños, formas, movimientos entre otros. Y que se dividen dos grandes grupos: el registro visual y el registro verbal. Todos ellos son analizados en diferentes funciones que son: de anclaje y de relevo; denotación y connotación. Algunos elementos pueden ser más o pueden ser menos. Lo importante de estos elementos es que forman parte, refuerzan, o afirman un determinado mensaje (Velásquez, Teoría de la mentira, 2012, págs. 117-126).

El estructuralismo, como método, en la mayoría de los casos es aplicado en la comunicación comercial y para analizar la comunicación ya emitida, para descubrir el mensaje oculto. La publicidad se sirve de esta herramienta semiológica para lograr un fin en específico. Los medios gráficos o visuales (aunque comerciales, pero “más informativos”), por su parte, utilizan la ilustración, la fotografía para reforzar o para colocar en la mente del lector un referente de lo que tratan. Aun así, no están exentos de ser analizados semiológicamente. Esto porque todas las personas y los medios guardan un determinado sesgo ideológico y lo reflejan en su estilo de redacción como en su estilo fotográfico.

Aquí es donde entra otro concepto: el imaginario social. El imaginario social no es más que el concepto que un conglomerado tiene o percibe de otro grupo o sobre sí mismos. Los medios, en este caso refuerzan, reflejan o construyen un imaginario en los lectores. En el peor de los casos reproducen una determinada idea sobre la sociedad sin percatarse de ella. Para ello sirve el modelo de análisis para lograr construir o producir mensajes gráficos que tengan sentido y que reflejen la multiculturalidad y que construyan la interculturalidad. Aunque para ello no se puede suponer un modelo como tal sino un conjunto de aspiraciones y la visión de lo que se puede lograr planteando algunos aspectos estructuralistas en la construcción de mensajes. Más adelante se ahondará en el tema.



2.3.2. La comunicación visual

La comunicación puede darse en diferentes niveles. Puede ser verbal, no verbal, etcétera; como también puede ser visual. En este tipo de comunicación el mensaje entra por los ojos. Todo cuanto existe tiene capacidad de significación. Todo lo que se observa y se percibe en el entorno puede ser interpretado de diferentes maneras. Aquí interviene la importancia del contexto en el que se encuentra la comunicación visual. Munari (2016) da una excelente descripción de este concepto.

¿Se puede definir lo que se entiende por “comunicación visual”? prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama como tal (excluyendo su contenido), una bandera, imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes. Con todo, entre tantos mensajes que pasan delante de nuestros ojos, se puede proceder al menos a dos distinciones: la comunicación puede ser intencional o casual. (Munari, 2016, pág. 79)

Cuando indica que la comunicación visual puede ser casual (Munari, 2016) hace referencia a todo elemento que perciben los ojos que existen en el entorno y que no precisamente puede significar algo intencionalmente. Por ejemplo, que una taza con café caliente deje huella sobre una mesa no precisamente tiene que ser percibido como un mensaje. A menos que sea una investigación policial la que se realiza, la huella de taza puede dar cabida a diferentes interpretaciones. “Son signos sin emite intencional, tal vez procedentes de una fuente natural, y que nosotros interpretamos como síntomas o indicios” (Eco, 1994, pág. 34). Greimas llama a esto semiótica del mundo natural, “insistiendo en el hecho de que cualquier evento físico, el signo meteorológico, la manera de andar de una persona, etc., son otros tantos fenómenos de significación, por medio de los cuales interpretamos el universo, gracias a experiencias precedentes que nos han enseñado a leer estos signos como elementos reveladores.” (Greimas, 1968) citado en (Eco, 1994, pág. 35).

La comunicación visual intencional, es la comunicación en la “...que alguien, hombre o animal, emite conscientemente, a base de convenciones precisas, para comunicar algo a alguien (son éstos las palabras, los símbolos gráficos, los dibujos, las notas musicales, etc.). En estos signos siempre existe un emite.” (Eco, 1994, pág. 34). En esta comunicación existe completa intención de lo



que se emite. Además, es un tipo de comunicación premeditada. Es decir que está pensada para que logre una determinada reacción en el receptor.

Este tipo de comunicación visual puede ser examinada bajo dos aspectos: el de la información estética y el de la información práctica. Por información práctica, ... se entiende, por ejemplo, un dibujo técnico, la foto de actualidad, las noticias visuales de la TV, una señal de tráfico, etc. Por información estética se entiende un mensaje que nos informe, por ejemplo, de las líneas armónicas que componen una forma, las relaciones volumétricas de una construcción tridimensional, las relaciones temporales visibles en la transformación de una forma en otra (la nube que se deshace y cambia de forma) (Munari, 2016, pág. 82)

Esta monografía se centrará en el mensaje visual que es intencional. Todos los elementos son colocados en un mensaje con un fin en específico. Aparecerán de manera natural en una pieza gráfica, pero tienen alguna intencionalidad.

2.3.3. La comunicación escrita

Otra forma de comunicación perceptible en la producción gráfica es la comunicación escrita. Como se mencionó con anterioridad las piezas de comunicación gráfica por lo regular conllevan un registro verbal (comunicación escrita) y un registro visual (comunicación visual). Es así como la comunicación escrita adquiere también relevancia. Esta comunicación puede reforzar el mensaje, explicar algo o darle cierre a lo que visualmente está emitido.

La comunicación escrita es una representación gráfica de la forma hablada de comunicación (lengua o idioma). Se vale de grafías que representan sonidos (fonemas) propios de un idioma. Aunque hay idiomas (como los idiomas mayas) que poseen un idioma de escritura silábico, además de la escritura fonémica por medio de escritura glífica. Alisedo, Melgar y Chiocci (2004) refieren una mejor descripción de este tema.

La lengua gráfica o lengua escrita es fundamentalmente un fenómeno lingüístico un código lingüístico creado por la sociedad para reemplazar a la lengua fónica o lengua oral en ciertas condiciones comunicativas. La lengua escrita aparece necesariamente cada vez que la



evolución socioeconómica de los pueblos hace surgir la necesidad de otro código que resulte eficaz en situaciones precisas de interacción en las que la utilización de la lengua fónica es inútil: por ejemplo, la distancia en el espacio y/o en el tiempo. (Alisedo, Melgar, & Chiocci, 2004)

La comunicación escrita es muy diferente a la comunicación verbal. Porque escribir palabras o colocar letras sin ningún orden no significan nada si no responden a las reglas generales del idioma fónico al que representan. También es muy diferente a la comunicación visual porque el carácter connotativo de las palabras es más delimitado que el de las imágenes. La comunicación escrita entonces, debe corresponder a un idioma hablado. Mientras que las imágenes pueden ser interpretadas independientemente del idioma que se domine.

El sistema lingüístico está constituido por elementos significativos y elementos carentes de significado. Si se concentra el interés en el campo de los elementos significativos, tendremos: morfemas, sintagmas y enunciados, o sea, formas llamadas signos lingüísticos, expresiones cargadas de contenido, significantes dotados de significado, vehículos sonoros sobre los que cabalgan mensajes llenos de sentido y significación. (Ortuño, 2005)

Para lograr la comunicación escrita eficiente se debe tomar en cuenta el idioma y el nivel de lenguaje del grupo al que va dirigido un mensaje en específico. Si el mensaje escrito no es conocido por los receptores, será en vano el esfuerzo de dirigir un mensaje. Es por ello por lo que la comunicación escrita corresponde a un sistema lingüístico en específico de un conglomerado social.

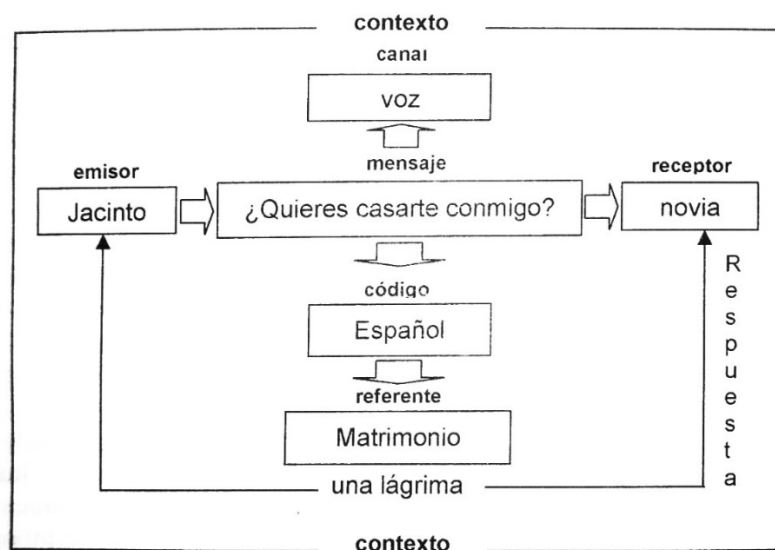
Otra manera de uso de la comunicación escrita es a través de textos extensos, libros. En este caso el conjunto de ideas que describen, explican, afirman o refutan alguna opinión; también es un mensaje. Por ello, la edición, es muy importante en el proceso editorial. Puesto que el editor, con su experiencia, puede evitar estereotipos en la forma escrita de las ideas. Específicamente este trabajo recae sobre el corrector de estilo. Sobre esto se tratará en el siguiente capítulo. No obstante, los libros también representan una ideología o ideologías del autor o autores. Por ello, en el marco de este estudio, estos mensajes no están exentos al tratamiento de la interculturalidad.



2.4. Proceso de la comunicación

A decir del proceso de la comunicación, existen diferentes modelos de cómo se desarrolla. No obstante, algunos autores convergen en ciertos elementos que son inherentes a la comunicación (como el emisor y el receptor). Se toma el esquema de Carlos Velásquez (2011, pág. 31), citado y adaptado del esquema propuesto por Niño Rojas.

Gráfica 1.
Proceso de la comunicación



Fuente: Velásquez (2011)

Es importante tener en cuenta este proceso porque los receptores de mensajes en el contexto guatemalteco no son homogéneos. El código tiene mayor importancia debido a que si se transmite un mensaje en un código incomprensible, el receptor no logrará descifrar el mensaje. Esto haría que el código fuese un ruido comunicacional. En el caso de Guatemala, se deben tomar en cuenta códigos lingüísticos como simbólicos. Ya que debe existir coherencia entre ambas partes. Más adelante se propondrá el uso del multilingüismo dentro del contexto del país.

2.5. El mensaje

Después de ver el proceso de la comunicación es importante explicar, ¿qué es el mensaje? Eco (1994, pág. 20) lo define de manera muy sencilla "...el mensaje equivale al signo. En realidad, un



mensaje puede ser (y casi siempre es) la organización compleja de muchos signos”. Es una explicación tan sencilla para algo tan complicado. En realidad, un solo signo o elemento puede ser un mensaje. Una letra, una hoja, una ilustración, un conjunto de signos, la unión de ellos puede ser un mensaje tan complejo como tan sencillo. En algunos otros contextos se logra leer que el mensaje es: lo que se dice. Pero ¿qué es lo que se dice? Es lo que un emisor quiere decir a un receptor. Existen diferentes concepciones sobre lo que es el mensaje. Otra de ellas es; un mensaje por su contenido, por su idea, tema o asunto y el destinatario al que se envía puede ser pública o privada y por su tratamiento o modo de decirse o nombrarse una cosa puede ser: culta, estándar, coloquial y popular (Fonseca, 2005, pág. 11). En el libro *Elementos de persuasión* de Carlos Interiano (2007, pág. 142) se define al mensaje como “el conjunto de ideas, traducidas en símbolos o señales, destinadas a ser transportadas a través de un canal a un receptor”.

Todas las definiciones anteriores llevan a la conclusión de que, y para fines de este estudio, el mensaje es lo que se dice o lo que se quiere decir. Todo aquello que se dice con una intención o, incluso, sin intención, pero tiene capacidad de ser interpretado, decodificado o dotado de significatividad, es un mensaje. Todo cuanto conforma un libro, una portada, un afiche; el color, la textura, el texto, el tamaño, el idioma (o código), las formas, etcétera; pueden ser un mensaje o formar parte de uno.

2.6. Multiculturalidad, multilingüismo e Interculturalidad

La diversidad cultural en el mundo es “*Nuestra Diversidad Creativa*” según la UNESCO. Es un aspecto social que no se puede ocultar ni negar. Existe una riqueza de culturas que el principal problema actual no es su reconocimiento sino su tratamiento, su gestión para el desarrollo sostenible de las sociedades (UNESCO, 1997). El mundo y las sociedades deben buscar la manera de converger, de buscar la unidad en la diversidad. La multiculturalidad o el pluralismo cultural “...define una situación o un contexto protagonizado por personas de referentes culturales diversos...” (Baños, 2008). De tal manera que la multiculturalidad, en el mundo, exige la práctica intercultural desde cualquier contexto (científico, cultural, social, comunicativo, etcétera). Pero más que exigir la práctica también exige el conocimiento o acercamiento a las diversas culturas con las que se conviven. Exige el conocimiento del simbolismo cultural de los diferentes pueblos. Además, la diversidad cultural, debe buscar la manera de encontrar elementos comunes entre todas



las culturas que se puedan compartir y que a partir de ellas se logre la resolución de conflictos culturales como de conflictos sociales, políticos, económicos, educativos, comunicativos, etcétera.

En un mundo culturalmente diverso, es necesario elaborar nuevos planteamientos sobre el diálogo intercultural que superen las limitaciones del paradigma del “diálogo entre civilizaciones”. Entre los requisitos para hacerlo figuran un análisis de las diversas formas en que las culturas se relacionan unas con otras, la sensibilización a los elementos culturales comunes y las metas compartidas, y la determinación de los problemas que se deben resolver al conciliar las diferencias culturales (UNESCO, 2010, pág. 11).

La diversidad cultural es un concepto que debe verse reflejado y debe entenderse como un concepto interdisciplinar. Por lo que al estudio de la comunicación también le atañe la comprensión de la multiculturalidad y por ende la interculturalidad.

Por otra parte, el multilingüismo es un producto de la multiculturalidad. El idioma es el reflejo de la cultura (Ruth Moya, 2009). Es la esencia de los pueblos. Engloba todos los rasgos distintivos de un grupo social y es con este vehículo que una persona puede ser social. Quizá por eso Saussure se preocupó en descifrar los signos lingüísticos en el seno de la sociedad. Porque el lenguaje articulado no puede relegarse al simple hecho de ser un medio de comunicación. En el momento de comunicarse se refleja lo que se es, la cultura, educación, crianza, cosmovisión, pensamiento, etcétera. Es en el idioma donde reside y descansa miles de años de historia y evolución.

... la lengua (o idioma) es una creación y una actividad típicamente humana. Por esta razón, está implicada en la organización social como código de la conceptualización de las relaciones humanas y como marcador de estatus en el uso del mismo. Las variaciones en el uso del habla están sistemáticamente relacionadas con los patrones culturales, con la estructura social y con la ideología cultural... (Buxó, 1991).

Si se acepta el hecho de que el mundo es multicultural, entonces, también se acepta que es multilingüe. En el mundo se hablan 7000 idiomas aproximadamente, según diversas fuentes. Lo que implica que el multilingüismo es tan natural como la diversidad cultural. Lo que falta que sea natural, es la intercultural que es la aceptación, la interacción y tolerancia hacia otras culturas, sus idiomas y sus prácticas, en búsqueda de la concertación. En este mundo tan diverso es imposible



negar la interacción. “La interculturalidad parte de las relaciones e interacciones recíprocas entre las culturas, en una posición de simetría, y de reconocimiento y aceptación de las diferencias.” (Baños, 2008).

2.7. Los mensajes interculturales en Guatemala (un esbozo de lo que deberían ser)

Si el mensaje es lo que se dice, lo que se comunica, lo que se traduce o lo que se interpreta y la interculturalidad es la relación recíproca, de respeto y de aceptación entre culturas. Eso quiere decir que los mensajes interculturales son esos mensajes en los que se reconocen, se aceptan, se respetan a diferentes culturas. Es un mensaje que refleja y visibiliza a las culturas participantes en el proceso de comunicación. Como también es un mensaje libre de sesgos etnocéntricos, de estereotipos de toda clase, que culturalmente se han adquirido. Es lo que se dice, pero con respeto hacia todos los participantes del proceso de comunicación.

El mensaje intercultural implica cuidar lo que se va a decir, como también cuidar los signos o elementos que se van a utilizar para producir un mensaje. Implica el reconocimiento y el conocimiento profundo de ambas culturas o las culturas involucradas en la comunicación. El mensaje intercultural es el que busca y gestiona los diferentes elementos y sus significados. También resuelve conflictos entre las diferentes culturas. Trata de generar una nueva forma de hacer comunicación respetando los rasgos culturales, ideológicos, cosmogónicos, de los diferentes pueblos. Los mensajes interculturales permiten la comunicación intercultural.

2.8. La comunicación intercultural

La comunicación intercultural surge y tiene su origen gracias a la diversidad cultural de la humanidad, antes mencionada. Es una comunicación que se da entre individuos de diferentes culturas que conviven en un mismo territorio. La causa de compartir territorios puede deberse a migraciones, a invasiones históricas o a intercambios culturales actuales. Es una comunicación que hace necesaria la comprensión de otras culturas, respetarlas, tolerarlas y converger con ellas. Por ello exige el acercamiento profundo con las culturas con las que se convive. El intentar conocer y estudiar los signos y símbolos de otras culturas con las que se convive ya es una primera práctica intercultural. Ya es un primer paso a la alteridad. Así, no se tomaría las culturas como un simple problema antropológico. Más bien, se tomaría a las culturas como elementos vivos que cambian,



se desarrollan y mantienen su propia dinámica. Una cultura es todo un universo complejo. La comunicación depende del contexto social y cultural. No puede existir comunicación si no es en un contexto social.

Para la comunicación intercultural, la cultura no admite una definición meramente antropológica; precisa en cambio de un abordaje simbólico que permita dar cuenta del diverso y complejo universo de sentidos contenido en ella. La comunicación intercultural se da en la interacción, en una situación comunicativa concreta que obedece a las coordenadas de una configuración espacio-temporal determinada. (Rizo & Vivian, 2006, pág. 2)

No se puede ser dogmático ante tanta diversidad de soluciones que aportan las diversas culturas de los pueblos que forman la humanidad y los países. Uno de los problemas principales estriba en que la práctica comunicativa intercultural es poco practicada en las sociedades diversas. La diversidad cultural en el mundo exige espíritu democrático, solidaridad y sobre todo renunciar a cualquier sesgo etnocéntrico. Cada vez son más los pueblos que exigen inclusión dentro de las esferas políticas, sociales, económicas, comunicativas, etcétera, de los países y sociedades donde son parte. Alrededor del mundo se ven organizaciones feministas, indígenas, religiosas, entre otras, que buscan inclusión, participación y que se vean reflejadas dentro del marco de la vida social de una determinada sociedad.

La competencia comunicativa intercultural consiste en una habilidad comunicativa genérica que nos permite a todos ser flexibles, no dogmáticos y abiertos en la adaptación al reto de las interacciones interculturales; esto es, no reducir las nuevas experiencias a categorías preconcebidas y rechazar el etnocentrismo. Esta comunicación debe promover una reflexión crítica sobre nuestros valores y cultura y actitudes sin prejuicios hacia la diferencia, para lo cual es fundamental adquirir información sobre la historia, valores, instituciones y sistemas conductuales de la o las otras sociedades (Barabas, 2014, pág. 4 y 5).

De ahí la importancia sobre cómo reflejar en la comunicación gráfica las prácticas culturales de cada uno de los países. La comunicación en su carácter interdisciplinar “es inherente a todos los contextos de cohorte social, político, científico, religioso, entre otros” (Dijk, 1978, pág. 17), pero,



además, como principal forma de interacción social debe reflejar las culturas de una determinada sociedad, porque se desarrolla en la sociedad misma.

Para diversos autores lo intercultural tiene que ver con prácticas culturales y modos de vida concretos de las personas que se ponen en interacción, en el entendido de que el campo de lo intercultural no está fuera de nosotros sino que estamos involucrados en él, y éste es el espacio –o transitabilidad– que se va creando mediante el diálogo y la comunicación entre culturas (Barabas, 2014, pág. 4).

La comunicación intercultural es entonces una necesidad en la actualidad. A mayor visibilidad de los pueblos y culturas, mayor aprecio y valoración habrá de ellos. A mayor invisibilidad, mayor discriminación y menosprecio de las culturas existirá. En este campo tiene mucha importancia la comunicación. En especial las formas de comunicación utilizadas para informar, persuadir y educar. Y tiene mucho mayor impacto (la comunicación) si visibiliza la diversidad cultural. Los medios de comunicación influyen en quienes impactan. Si se aprecian las culturas, pueblos y cosmovisiones en los medios de comunicación, la población comenzará a verlas como normales y comenzará a evitar prejuicios que menoscaba la práctica intercultural.

Las referencias culturales determinan nuestra identidad y las maneras en que construimos la realidad; afectan nuestra autopercepción, la forma en que nos relacionamos con los demás, y el modo en que interactuamos con el mundo. Los medios de comunicación no solo influyen considerablemente en lo que pensamos, sino también en lo que hacemos (UNESCO, 2014).

A raíz del reconocimiento multiétnico, multilingüe y multicultural de Guatemala se han hecho esfuerzos por lograr la práctica intercultural. Se observa la constante utilización de simbolismo de las otras culturas como la maya, garífuna y xinka; tanto en mensajes del sector público (de parte del gobierno) como en mensajes del sector privado (en la publicidad de comercios). No obstante, quienes tienden a utilizar más elementos de otras culturas son el sector privado. Esto lo hacen con el fin de lograr insertarse en mercados con mayoría indígena. Aunque, por falta de conocimiento tergiversan la utilización del simbolismo cultural de los otros pueblos.



Los elementos simbólicos, “susceptibles de ser dotados de un significado subjetivo por parte de las personas implicadas en la acción” (Gómez Pellón, 1997, p.110), son los que permiten hablar de la interacción social. La interacción siempre implica la acción y afectación recíproca entre un yo y otro. La comunicación intercultural permite la aceptación de otros, su apreciación y valoración.

Se debe reconocer que no hay un modelo intercultural de comunicación que sirva de guía para el caso de Guatemala. Por ello, se plantea la interculturalidad en la comunicación como un proceso de aprendizaje. Se aprende de todos lados. Y en este caso al hablar del proceso de comunicación intercultural también supondría una transculturación en la creación de mensajes. Porque del aprendizaje entre culturas se puede lograr una cultura comunicacional (tercera cultura) que englobe las necesidades de comunicación y que al mismo tiempo refleje la identidad de todos los pueblos y comunidades del conglomerado social guatemalteco.

2.9. El diálogo intercultural

La comunicación intercultural es importante. Pero el diálogo intercultural es un logro aún más ambicioso que el anterior. Que se logre comunicar reflejando simbolismo cultural no significa que exista un diálogo abierto en busca de la concertación. Más bien puede deberse a fines pragmáticos (económicos) la inclusión de elementos de otras culturas en piezas de comunicación o mensajes.

El diálogo intercultural consiste en reconocer el pluralismo cultural para luego identificar mecanismos de comunicación que permita el acercamiento a otras culturas. Es determinante establecer que el diálogo es una comunicación de doble vía en donde hay una actitud equitativa entre las partes que se comunican. Hay un principio de reciprocidad y de escucha activa. El diálogo intercultural busca la concertación. Además “...la interculturalidad no es una opción, sino un derecho de los pueblos originarios... Para que la interculturalidad sea posible, es condición esencial la inclusión de los diferentes actores de la sociedad, ya que lo normal en la especie humana es la diversidad.” (Ministerio de Obras Públicas, 2016, pág. 61)



2.10. Características lingüísticas y culturales de Guatemala

Imagen 3.
Mapa lingüístico de Guatemala



Fuente: DIGEBI-MINEDUC



En Guatemala conviven 4 pueblos y se hablan 25 idiomas. El pueblo maya tiene alrededor de 5000 años de historia. El pueblo xinka data de la época prehispánica. El pueblo ladino es de origen colonial, producto del mestizaje en Guatemala hasta hace unos 500 años. Por último, el pueblo garífuna es un pueblo que tiene origen en la importación de esclavos durante el período colonial (Comisión Paritaria de Reforma Educativa, 1998).

Cada uno de estos pueblos poseen su propio idioma. El pueblo maya está constituido en 22 comunidades lingüísticas. Es decir, que en el pueblo maya se hablan 22 idiomas. Ningún idioma es mejor o menos importante que otro. Cada comunidad utiliza su propio idioma para comunicarse. Esto implica que existen toda una serie de significantes con sus respectivos significados. Existen reglas que norman su uso y escritura.

La necesidad de comunicación intercultural en Guatemala es urgente. Puesto que con tanta riqueza lingüística y cultural no se le puede vetar el derecho a las personas a comunicarse en su propio idioma. Tampoco se le puede vetar el derecho de interacción social con otras culturas. Por eso el Estado ha tratado de implementar el bilingüismo como política de Estado. El bilingüismo es una necesidad latente. Es un primer acercamiento a la interculturalidad. El sistema de educación, a través de la reforma educativa, tiene como reto desarrollar habilidades lingüísticas en dos o más idiomas nacionales, uno o más extranjeros y otras formas de comunicación en los estudiantes (DICADE, 2007). El objetivo es que a través de las diferentes formas de expresión se pueda llegar al diálogo entre culturas.

La mayoría de población indígena es bilingüe (idioma indígena-castellano). La población ladina por lo general no ha tenido la oportunidad de aprender dos idiomas nacionales. No obstante, el bilingüismo en Guatemala ha tenido diferentes matices. En principio se comenzó a castellanizar a los indígenas. Pero, este proceso iba en detrimento del desarrollo de su idioma (bilingüismo etnocida (Cojtí, 2015)). A pesar de la castellanización, las personas indígenas lograron mantenerse bilingües. Además, algunas poblaciones de personas ladinas también aprendieron idiomas mayas. Producto de ello se desarrollaron diferentes formas de bilingüismo en Guatemala: bilingüismo desproporcional (sustractivo: persona indígenas -con una lengua vulnerable- que aprendieron el castellano, olvidando su idioma y; aditivo: personas ladinas -con una lengua consolidada- que aprendieron idiomas indígenas sin olvidar ni denigrar su idioma).



Al mismo tiempo, en otros grupos sociales se desarrolló el fenómeno de la diglosia. La diglosia es el dominio de dos lenguas. No obstante, a pesar de que un individuo es bilingüe hay preeminencia de una lengua sobre otra. La causa de este fenómeno es que una de las lenguas del individuo tiene mayor prestigio, o se impone sobre las otras lenguas (Albó, 1998). En el caso de Guatemala es la lengua castellana sobre las lenguas indígenas. Principalmente se presenta en personas letradas, personas que tienen incidencia en instituciones. La impondencia del castellano y la subvaloración de las lenguas indígenas en espacios públicos dan por resultado que las personas tiendan a utilizar mayormente el castellano. Su lengua indígena la reservan para su vida privada. Si es que aún logran hacerlo viable en el contexto en el que conviven.

2.11. Marco legal sobre derechos de pueblos indígenas

Muchos movimientos sociales en el mundo solo logran subsistir y desarrollarse si existe voluntad política. Además, la voluntad política debe verse reflejada en leyes que fomenten o que fundamentan acciones. Para el caso de la multiculturalidad solo comenzó a respetarse y valorarse después de que se discutieran y se aprobaran leyes que fomenten el respeto a la diversidad cultural. En el caso de Guatemala existen diferentes leyes que obligan al Estado guatemalteco a respetar la diversidad cultural, a fomentar la cultura y los idiomas de los pueblos que conviven en Guatemala. Esta situación legal ha sido producto de intensas luchas sociales. El más significativo fue el fin del conflicto armado interno que concluyó con la firma de los Acuerdos de Paz. “Los Acuerdos de Paz firmados en la década de los noventa reconocen a Guatemala como un país formado por varios pueblos con identidad y cultura propias. En este sentido, los acuerdos no han hecho más que ratificar una realidad imposible de ocultar.” (Azmitia, 2002, pág. 49)

La Constitución Política de la República de Guatemala comenzó a reconocer a la población indígena desde 1985. A pesar de ello, el conflicto por un país más digno y justo para todos sus habitantes culminó hasta 11 años después. Esto solo es un reflejo de la voluntad política que existe en Guatemala. Los avances en materia legal han ido en aumento. A continuación, se enlistan las principales leyes que norman los derechos de los pueblos indígenas (Cojtí, Matul, De León, et al, 2012, pág. 51):



Legislación Nacional

- Constitución Política de la República de Guatemala, 1985
- Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural. Decreto Número 11-2002
- Código Municipal. Decreto número 12-2002
- Ley General de Descentralización. Decreto número 14-2002
- Ley de Idiomas Nacionales. Decreto número 19-2003
- Ley de Desarrollo Social. Decreto número 42-2001
- Código de Trabajo, Decreto número 1441
- Ley de Promoción Educativa contra la Discriminación. Decreto 81-2002
- Entre otras leyes

Normativa Internacional

- Declaración sobre la eliminación de todas las formas de discriminación racial. Proclamado por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 20 de noviembre de 1963, resolución 1904 (XVIII).
- Convención relativa a la lucha contra las discriminaciones en la esfera de la enseñanza; Adoptada el 14 de diciembre de 1960 por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo sobre Pueblos Indígenas y Tribales. Adoptada por la Conferencia General de la Organización Internacional en su septuagésima sexta reunión, en Ginebra con fecha 27 de junio de 1987, Ratificado por Guatemala el 05 de junio de 1996.
- Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, Asamblea General, 10 de diciembre de 2007.
- Declaración de los Derechos del Niño.
- Objetivos de Desarrollo del Milenio
- Entre otras

2.12. Elementos del diseño

2.12.1. El diseño

El diseño es un proceso importante y esencial en la producción de mensajes. Los mensajes deben contemplar su diseño tanto de forma, como de contenido. Es decir, es importante prever cómo será



el producto final (el mensaje) como la forma en que se dirá dicho mensaje. La forma y el contenido deben ser concebidos, deben proyectarse. Pero ¿qué es el diseño? Según el Diccionario de la lengua española (2014, pág. web) en su acepción 3 denota que el diseño es: “Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie” y la acepción 5 explica que es la “descripción o bosquejo verbal de algo”. No obstante, el diseño ha sido tema de discusión durante los últimos años por diferentes disciplinas. Esto porque muchas áreas o disciplinas abordan el diseño dentro de su interior. Héctor Flores en su libro “El diseño como estrategia: interdisciplina y multilateralidad “ (2014, pág. 16) explica que el diseño es:

...un proceso holístico de solución de problemas, «el arte de repensar el futuro y la capacidad del espíritu humano de trascender sus límites para construir nuevas realidades buscando alternativas que proyecten un nuevo modo de vida»...«El diseño puede, y debe, trascender su dependencia exclusiva del sistema productivo, transformándose en agente de cambio social, colaborando para la viabilización de una agenda de desarrollo comprometida con el rescate de la deuda social acumulada a lo largo del último siglo»

Como se puede observar el concepto de diseño trasciende al hecho de concebir y organizar elementos para la elaboración de un producto (sea este comercial, comunicativo, social, etcétera). El diseño es un proceso interdisciplinar (antropológico, sociológico, psicológico, histórico, cultural, semiológico, semántico, etcétera), cuyo objetivo es la generación de algún tipo de conocimiento transmisible. Las áreas que constituyen el diseño pueden organizarse en tres subdisciplinas: la fenomenología, praxiología y filosofía (Archer (1995) citado en (Valbuena, 2016, pág. 12)). Todos estos elementos son necesarios a la hora de concebir un diseño. Un diseño que responda a las características y necesidades para las que es requerido.

2.12.2. El diseño editorial

El diseño editorial trata específicamente al tratamiento de los textos, las imágenes, los colores y las fuentes tipográficas. Obviamente, el diseño editorial lleva inmerso todo lo interdisciplinar del inciso anterior. Sin embargo, en el diseño propiamente de la editorial intervienen distintos actores tanto humanos como no humanos. Entre los actores humanos están los diseñadores, los comunicadores, los editores, el grupo objetivo entre otros. Entre los actores no humanos se



encuentran el software, el soporte, las tipografías, los colores, la ideología, la cultura, la sociedad, entre otros. Todo se mezcla y se comienza un proceso editorial que va desde recibir el requerimiento, la conceptualización hasta el bocetaje, la ilustración, el diseño y maquetación, la psicología del color y el diseño tipográfico.

La pretensión del diseño editorial es diseñar obras y difundirlas, comunicar eficientemente unas ideas a través de unas tipografías, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido con el continente... su originalidad posiciona a las revistas, la prensa, los brochures, los libros, como unos soportes donde el texto junto con las imágenes impulsa con precisión la eficacia del mensaje. (Zanón, 2007, pág. 9)

El diseño editorial varía de un trabajo a otro. No es lo mismo diseñar un volante que diseñar un folleto o incluso un libro. En un volante o afiche se debe prestar suficiente atención a la presentación de la imagen, el color y el texto. Mientras que en un libro se debe presentar atención a la legibilidad, la organización de las páginas, los márgenes y la organización de imagen texto. En ambos trabajos se debe preocupar por el lector o receptor, el equilibrio visual, la composición entre otros aspectos (Bhaskaran, 2006).

Todo este proceso editorial es muy importante. El equipo editorial y los elementos de diseño confluyen para que un mensaje sea lo mejor posible y que logre su objetivo. Si el equipo editorial o los elementos se descompensan se suelen incurrir en errores comunicativos que tiene impactos negativos en la sociedad o que crea hábitos o paradigmas contrarios a un grupo social. En ocasiones estos mensajes son a propósito enviando un mensaje subliminal. En otros casos se incurren en errores porque no se cuenta con un equipo especializado.



Rox Tanaj - Capítulo 3

Reseña de Editorial Maya' Wuj



3.1. Nawal Wuj Nawal Samaj

Nawal Wuj Nawal Samaj es una sociedad anónima legalmente constituida en 1997. La sociedad está conformada por diferentes comercios entre los que figuran: Librería Nawal Wuj, K'ayij Pajay, Kematz'ib' y Maya' Wuj. La empresa se dedica a la distribución de diferentes materiales, que reflejen la diversidad del país y que contengan pertinencia lingüística y cultural.

La primera vez que se deseó inscribir legalmente a la empresa inició con la inscripción de Librería Nawal Wuj. Sin embargo, no quisieron inscribirla por tener un nombre en idioma Kaqchikel. El dueño, Raxche' Rodríguez, consultó que si el nombre estuviese en inglés podía inscribirlo. Le contestaron que sí. Ante la respuesta volvió a consultar que por qué entonces no inscribirlo en un idioma maya si lo hacen en uno extranjero. La respuesta fue motivo para que el empresario no renunciara a su convicción y a través de su trabajo ha tratado de hacer que se respeten los idiomas y las culturas guatemaltecas. Sin duda es una anécdota por la que la empresa mantiene su ideal, su misión y visión después de 30 años.

3.1.1. Editorial Maya' Wuj

Imagen 4.
Logotipo de Maya' Wuj.



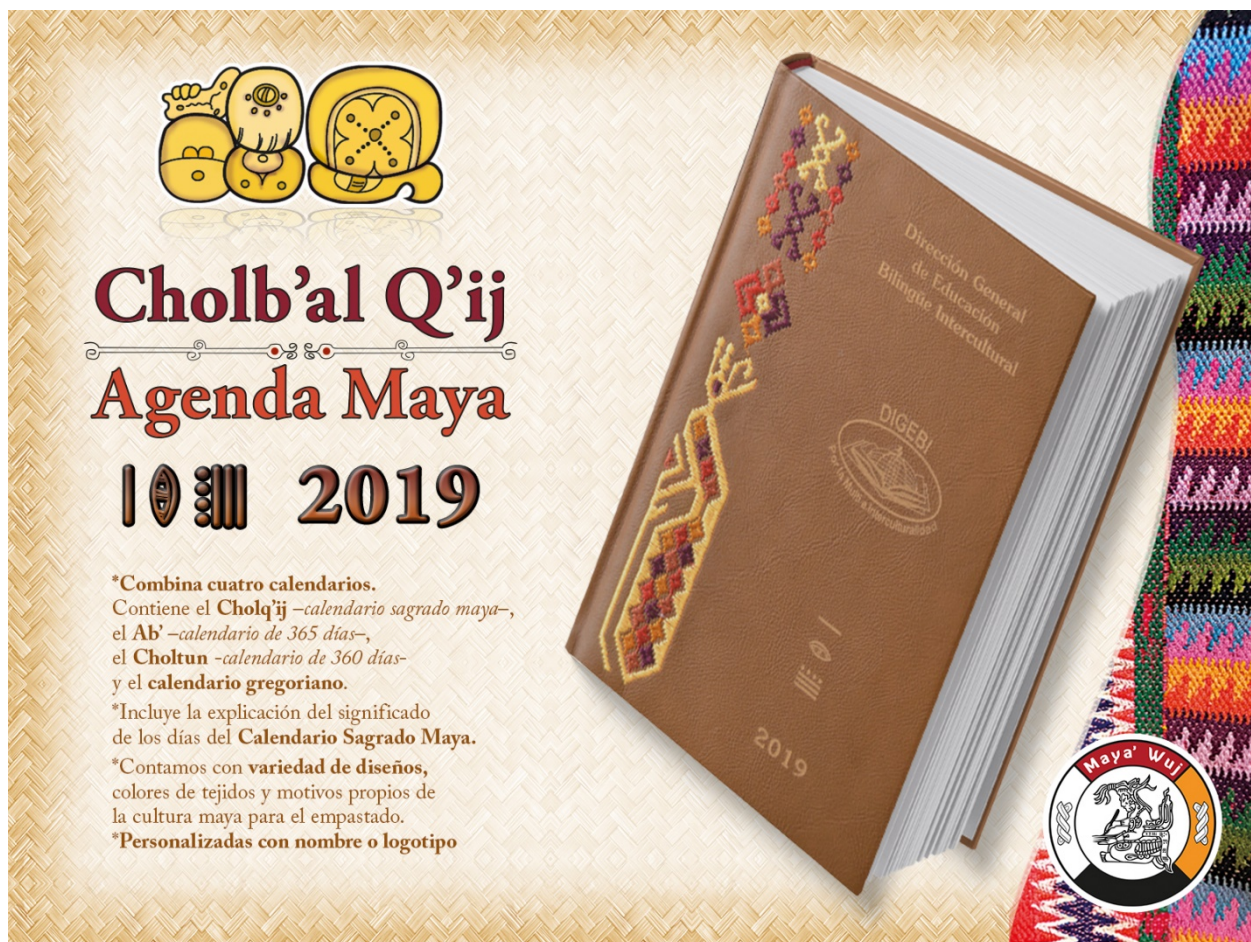
Fuente: Archivo Maya' Wuj

Maya' Wuj es una empresa privada que se dedica a la producción, edición y difusión de libros, materiales educativos, piezas y materiales de comunicación que respondan a la diversidad lingüística y cultural de Guatemala. Tiene 30 años de trayectoria. Durante todo este tiempo se ha especializado en la aplicación y utilización de elementos culturales propios del pueblo maya. También se ha especializado en la difusión del uso de los calendarios mayas mundialmente conocidos. Es considerada una de las primeras editoriales maya e indígena de Guatemala. La editorial es fundada y dirigida por Raxche' Demetrio Rodríguez Guaján. Inicia con la publicación de la Cholb'al



Q'ij - Agenda Maya basada en uno de los calendarios mayas, el Cholq'ij, muy vigente entre los guías espirituales mayas en la época en que se fundó la editorial. La primera edición de la Agenda Maya salió a luz en 1990, en una edición de bolsillo con un tiraje inicial de tres mil ejemplares, y se convirtió en el ícono de la empresa, publicándose cada año sin interrupción desde la primera edición de 1990 hasta la actualidad. Tanto el nombre de la editorial, Maya' Wuj, que significa libros mayas, como su lema, *distribuimos cultura*, dan a entender la visión y la misión de la editorial, que se dedica a difundir la cultura y los idiomas mayas e impulsar el desarrollo de la identidad maya en Guatemala.

Imagen 5. Foto de Cholb'al Q'ij - Agenda Maya 2019.



Fuente: archivo Maya' Wuj.



La Cholb'al Q'ij - Agenda Maya ha evolucionado. En la actualidad integra los calendarios Choltun, Cholq'ij y Ab' con el calendario Gregoriano. Además, es trilingüe K'iche', Castellano, Inglés. Al inicio de la agenda se han publicado diferentes artículos interesantes. Sobre todo, relacionados con derechos de pueblos indígenas, de educación bilingüe, derechos lingüísticos, entre otros. El libro *Cultural logics and global economics* aborda al respecto:

...Maya' Wuj does a lively trade in private printing Jobs, including books, diplomas, posters, and wedding announcements. Its best-selling items is an annual date book (Cholb'al Q'ij/Agenda Maya) that combines the hieroglyphics symbols for traditional Maya day names with Gregorian calendar dates and short essays about Maya cultural values and political demands... (Fischer, 2001)

Maya' Wuj obtiene sus ingresos con la prestación de servicios editoriales y de impresión a terceros. Se dedica a la impresión de libros, diplomas, afiches, entre otros. Un agregado cultural que se incluyen en todos los servicios editoriales es la utilización de números mayas, el uso del calendario maya Cholq'ij; así como criterios de edición para el tratamiento de estereotipos de género, culturales, etarios, rurales, de clase, entre otros.

La estructura organizacional de la empresa es muy sencilla. Está basada en K'amöl b'ey coordinadores, quienes dirigen las diferentes actividades de la empresa. Por otra parte, su cultura organizacional es muy importante. Todas las personas que laboran en la empresa hablan y usan como idioma de trabajo el idioma Kaqchikel. Las personas que no hablan dicho idioma se comprometen a aprenderlo en el contexto de la empresa para fortalecer el uso de idiomas mayas en contextos laborales y públicos. Además, toda la comunicación interna y externa promueven el uso de los calendarios mayas, saludos en Kaqchikel y otros elementos como numeración maya.

Los libros que se publican en Maya' Wuj giran en torno a temáticas sobre pueblos indígenas. Temas como: lingüística, política, derechos de pueblos indígenas, cultura, literatura, medicina, matemática, entre otros temas. Asimismo, publica libros de intelectuales, sean estos indígenas o no, que aborden temas afines a pueblos indígenas. En esta línea se pueden mencionar libros como: La metamorfosis del racismo de Marta Elena Casaús Arzú (2019), Los Maya K'iche' de Robert Carmack (2017), La cuenta de los Nawales de Tito Medina (2014), entre muchos otros.



La visión de la empresa consiste en ser: una empresa creativa y consolidada que, con sus recursos y productos inspirados en la cultura maya, impulsa el desarrollo con identidad de Guatemala. Su misión es diseñar, desarrollar, producir y distribuir recursos educativos y productos inspirados en la cultura maya. Es así como, a través de diferentes productos, se trata de resaltar el valor cultural e identitario de los pueblos indígenas de Guatemala. Es una tarea difícil, en veces, y simples en otras. Pues no existen modelos o criterios base que puedan servir de guía para hacer visibles los elementos culturales. Las formas de hacer que los libros y piezas de comunicación sean multiculturales han sido construidas con base en la experiencia de los años de trabajo.

Maya' Wuj se ha dedicado, principalmente, a la publicación de libros con contenido cultural. Ha publicado a autores como: Humberto Ak'abal, Dr. Robert Carmak, Dr. Domingo Yojcom, Rodrigo Rey Rosa, Dr. Demetrio Cojtí, entre muchos otros intelectuales, principalmente, del pueblo maya.

Además, presta servicios editoriales a diferentes instituciones como: Save the Children, PNUD, IPS, USAID, etcétera. Instituciones del Estado como: Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura, Organismo Judicial, DEMI, entre muchos otros.

3.1.2. Servicios Editoriales

- Diseño, diagramación e impresión de materiales promocionales y libros.
- Mediación Pedagógica
- Consultorías especializadas en derechos de pueblos indígenas, idiomas, entre otros.
- Edición de contenido
 - o Cuidado especial al cuidado de estereotipos de género, estereotipos étnicos, sociales y culturales.
- Corrección de pruebas
- Ilustración
- Entre otros

Todos los servicios editoriales incluyen la utilización de recursos como:

- Numeración maya
- Bilingüismo



- Elementos culturales mayas utilizados con dignidad.
- Sin estereotipos de clase, etnia, género, edad, residencia.
- Criterios de lectura fácil

3.1.3. Publicaciones de editorial Maya' Wuj

En Maya' Wuj se hace el intento de inserción de formas simbólicas con carga significativa para comenzar a apreciar la multiculturalidad de Guatemala. De esta manera también se logrará un posicionamiento de los pueblos indígenas en los medios de comunicación.

Maya' Wuj cuenta con una lista de aproximadamente 47 libros publicados. Se divide en diferentes series o categorías dependiendo de su contenido. También ha desarrollado otros productos como juegos educativos, minilibros Nawal, entre otros. Entre sus series están:

- Serie motivacional: una serie de libros que reflejan los valores de la cultura y valores como el ahorro, la administración y la resiliencia.
- Serie autonomía: son libros que abarcan temas políticos, de derechos lingüísticos y culturales, sobre educación, entre otros.
- Serie de métodos para aprender idiomas: son libros para el sistema de educación escolar para el aprendizaje de idiomas nacionales como segundo idioma. Se han trabajado actualmente hasta 9 idiomas mayas.
- Serie Sakino'j: juegos educativos que propician la fluidez verbal en idiomas mayas, la lógica matemática, el calendario maya, entre otros.
- Contemos: libros que enseñan los números mayas en diferentes idiomas mayas. Se aprende a contar hasta 3,200,000.
- Libros académicos: estos libros tratan sobre diferentes temas, todos relacionados con la cultura maya.
- Literatura: libros de poemas, literatura universal, literatura contemporánea, entre otros

Además, se ha contribuido en la publicación, diseño y producción de muchos otros materiales pertenecientes a instituciones públicas y privadas.



Rukaj Tanaj - Capítulo 4

Experiencia de comunicación en la producción de mensajes interculturales



La experiencia en la producción de mensajes es un conjunto de conocimientos que se ha adquirido con la práctica, los años de trabajo, la constante investigación y la autoformación. Se construyen los conocimientos en la medida que se conocen nuevas formas de utilización de recursos. En la experiencia del quehacer editorial todos los elementos tienen capacidad de comunicación. En todo diseño no hay elementos aislados. Todos son parte de un mensaje articulado y estructurado que pretende despertar diferentes reacciones.

La producción de mensajes interculturales que se realizan en Maya' Wuj tienden a reflejar, principalmente, a las comunidades de la cultura maya y ladina. Se busca un punto intermedio que permite la visibilización de la realidad social guatemalteca, en donde conviven mayoría de población maya y población ladina. Las culturas Xinka y Garífuna son abordados en menor frecuencia en los mensajes. Esto se debe, principalmente, a dos razones. La primera razón es que los mensajes tienen por receptores, en la mayoría de los casos, a población maya y/o ladina o que se realizan en un contexto alejado de población Xinka y Garífuna. La segunda razón es porque, por ubicación geográfica, no se tiene contacto frecuente con ellos y por ende no se tienen requerimientos de producción de mensajes por ellos. No obstante, en la medida de lo posible, se trata de visibilizarlos también. En materiales de amplia difusión se incluyen de manera visual en fotografías o ilustraciones. En este capítulo se aborda sobre el contexto y la forma de realizar mensajes dentro de la editorial Maya' Wuj.

4.1. ¿Qué es un mensaje intercultural y cómo funciona en Maya' Wuj?

En el contexto del trabajo editorial y en el guatemalteco, un mensaje intercultural, es aquel que contenga todos los elementos necesarios que reflejan la diversidad lingüística y cultural de los pueblos de Guatemala. Pero además de ello, hay que mencionar que, a través de los mensajes visuales, se pretende lograr interculturalidad. Es decir, fomentar el respeto, la tolerancia y la concertación hacia y entre los diversos pueblos guatemaltecos. Hay que tomar en cuenta que,



aunque se usen elementos de las culturas de Guatemala, no es un mensaje intercultural si visualmente no representa equidad ni respeto hacia los elementos utilizados.

El cuidado de los mensajes para que reflejen interculturalidad es una práctica común y no una práctica forzada en la editorial Maya' Wuj. Es como una necesidad básica, urgente e importante. Es un proceso que no se toma a la ligera. Se piensa, se medita, se analiza, se cuidan los elementos para lograr un objetivo comunicacional.

A continuación, se describen los criterios utilizados dentro de la Editorial para que un mensaje pueda ser multicultural y, por ende, intercultural. Los criterios se realizan en dos niveles distintos y aplican para ambos: para mensajes gráficos como para mensajes extensos o libros. Los mensajes gráficos contienen mayormente imagen y poco texto. Aplica para afiches, trifoliales, portadas, bifoliales, volantes, mantas, muppies, vallas publicitarias, etcétera. Los mensajes extensos son los que contienen más texto que imagen. Aplica a interiores de libros, folletos, revistas, comunicados, cartas, circulares, entre otros.

Estos criterios son complementarios con criterios convencionales de diseño, de conceptualización, psicología de color, de peso visual, etcétera. Y, solo las personas con un criterio amplio podrán asimilar estos conceptos. Podrán discutirse también, más no se pueden desechar por completo puesto que muestra una forma diferente de producir y estructurar mensajes. Contribuyen a reconocer e integrar diversos valores, significados y elementos que no tienen una regla específica o establecida para su uso.

4.2. Principios para la producción de mensajes interculturales en Editorial Maya' Wuj

El trabajo desarrollado en Maya' Wuj se fundamenta y se construye en ideas generales que no pueden ser obviados en un mensaje. Estas ideas han hecho que el trabajo de Maya' Wuj sea reconocido y que se diferencie de las demás editoriales Mayas que existen en el país. Cada vez que se recluta personal se hace la explicación de estos principios. Luego, en la práctica es donde se evalúa si se comprendieron o no. De lo contrario se hace énfasis en que todo mensaje debe reflejarlos. De no hacerlo se incurren en errores y faltas, pero, además no se reflejaría la misión de la empresa. El director editorial también es una de las personas que aprueba los diseños. Y, es él el



encargado de volver a analizar si los mensajes producidos reflejan los principios para la producción de mensajes interculturales.

Gráfica 2.
Principios para la producción de mensajes interculturales de la Editorial Maya' Wuj



Fuente: elaboración propia

4.2.1. Multiculturalidad e interculturalidad

La multiculturalidad es el reconocimiento de las diversas culturas que conviven en un territorio. La interculturalidad es la convivencia en armonía, con tolerancia, respeto, y en búsqueda de la concertación. Un mensaje debe fundamentarse en estos conceptos para evitar conflictos culturales, el reconocimiento y la visibilidad de los pueblos de Guatemala y, sobre todo, la búsqueda de la convivencia intercultural. Un mensaje debe posicionar la multiculturalidad y la interculturalidad como una práctica que debe ser común, no solo en la teoría, sino también en la práctica.

4.2.2. Bilingüismo

El bilingüismo es la capacidad de las personas de escuchar, hablar, leer y escribir indistintamente en dos idiomas. En países multilingües se aprenden otros idiomas para ser intercultural y para comunicarse. Las culturas poseen su propia forma de comunicación y para un acercamiento más



simétrico e intercultural las personas deben hablar el idioma del otro y viceversa. Un país democrático y multilingüe debe reflejar, proteger y fomentar las diversas formas de expresión de sus connacionales. Este debería ser el caso de Guatemala.

Cuando el bilingüismo no es visto como un atraso o como una dificultad se ve reflejado en todas las formas posibles. Es visto tan natural que todo lo que se comunica debe hacerse en varios idiomas. Y esto no es motivo de discusión o deba justificarse su uso. Se hace porque es necesario, porque se reconocen plenamente los derechos lingüísticos de todos los habitantes de un país. Además, se ve de manera equilibrada.

Imagen 6.
Ejemplos de bilingüismo visualmente equilibrados en países multilingües



Fuente: Google imágenes

Como se observan en los letreros anteriores no es evidente una asimetría. El primer, letrero bilingüe contiene español y catalán. El segundo letrero, también bilingüe, está en árabe y español. Y el tercero es trilingüe con alfabeto tamil (arriba), alfabeto latino (centro) y alfabeto devanagari (abajo).

Entonces, lo que se hace en Maya' Wuj, es construir ese bilingüismo equilibrado. También, se trata de fomentar la práctica del bilingüismo a través del bilingüismo visual. El bilingüismo visual es una necesidad imperante en países multilingües. Permite posicionar en el constructo o imaginario social la aceptación de otras culturas. Además, permite eludir esos paradigmas o prejuicios sobre que los idiomas de los pueblos indígenas son de poca importancia porque no se escriben o porque no poseen una gramática propia. El hecho que no se escriban no significa que carecen de forma escrita o de gramática. Lo que evidencia es que hay pocos comunicadores que sepan y puedan leer



y escribir en otros idiomas que no sea el español. El reflejo del bilingüismo o multilingüismo también da orgullo étnico sano a los grupos culturales a quienes representa en la forma escrita y más aún cuando se utilizan en eventos importantes. A continuación, un ejemplo de bienvenida multilingüe y visualmente equilibrado. Fue utilizado en un evento organizado por Nómada y Duolingo. En este evento participaron invitados nacionales (Marcos Antil y Luis von Ahn) e internacionales (Mia Umanos y Adriana Peña). Al evento asistió mayoría de personas pertenecientes a la ciudad capital no indígena.

Imagen 7. Evento Dixit realizado el 1 de marzo de 2019



Fuente: Twitter

4.2.3. Oportunidad

Puesto que en Guatemala existe una constante lucha por el reconocimiento de los derechos culturales y lingüísticos. Cualquier requerimiento de mensaje o cualquier momento es una oportunidad para hacer mensajes interculturales (multilingües, bilingües, multiculturales, biculturales). La tendencia es hacerlo en el idioma “oficial”. Por ello un fundamento editorial es



aprovechar todas las oportunidades posibles para hacer mensajes interculturales y multilingües. Así poco a poco se irán reconociendo las culturas guatemaltecas en cualquier ámbito social, ya bien sea, político, cultural, religioso, etcétera. Las oportunidades permiten el posicionamiento cultural y reivindicación de las culturas. También es la oportunidad de enseñanza aprendizaje sobre temas de multiculturalidad e interculturalidad visual a personas que aún desconocen del tema.

4.2.4. Complementariedad

No se puede decir que el trabajo de la editorial esté aislado de todo lo que ocurre en el mundo. De todo lo globalizado. La cultura maya y los avances tecnológicos son compatibles. No por ser mayas signifique que se utilicen sistemas rudimentarios. Se compatibiliza y se complementa con lo que se conoce. Además, porque los mensajes interculturales no son abordados tienden a no haber fórmulas exactas de cómo realizarlos. Por ello se utilizan criterios globales de hacer comunicación y se contextualizan a las necesidades culturales e idiomáticas del contexto guatemalteco. Se convergen en diferentes puntos comunes con los criterios internacionales de diseño y producción de mensajes y a partir de ahí se generan nuevas ideas para producir mensajes que tengan repercusión. La complementariedad es un fundamento enraizado en la editorial. Puesto que no se puede iniciar de cero. Se puede iniciar con lo que ya existe y complementarlo.

4.2.5. Igualdad

La igualdad es un fundamento muy importante para la construcción de la interculturalidad en los mensajes. No se pretende ni se desea caer en etnocentrismos, ni en superioridad de género, ni de clase, ni de superioridad urbano/rural. Por ello los mensajes deben representar igualdad. La igualdad debe reflejarse en los elementos de los mensajes interculturales. Se busca cambiar los hábitos y costumbres a través de la visualización de la igualdad que tanto se desea en Guatemala. Con la frecuencia de la visibilización de la igualdad se puede lograr que en la práctica sea real.

4.2.6. Flexibilidad

Todo el trabajo y los criterios, aún los fundamentos, son flexibles. Pueden variar según el caso del mensaje que se quiera transmitir o el grupo social que es emisor del mensaje. Esto porque existen instituciones o personas que requerirán, por ejemplo, que sus mensajes sean monolingües o



monoculturales (mensajes solo en idiomas indígenas o que solo reflejen la cultura del grupo al que se dirige). En este caso se respeta la decisión de quien es el responsable principal de emitir el mensaje. Eso no significa a que siempre se renuncien a los fundamentos. Es necesario persuadir a los responsables de los mensajes para que reflexionen sobre lo que se quiere posicionar y lo que se quiere lograr si se aplican los fundamentos y criterios editoriales.

4.2.7. Perfectibilidad

Todo trabajo es perfectible. No se tiene un punto de llegada ni esquemas rígidos establecidos. Solo se tienen expectativas e ideales. Mientras se encuentren mejores formas de hacer las cosas se olvidan viejas formas o costumbres. El miedo al cambio es inadmitido dentro de la editorial. Para ello se debe tener una actitud de apertura a cualquier crítica. Todas las críticas se toman como constructivas. Enriquecen y perfeccionan lo que se hace.

4.2.8. Participación

La participación es una acción que consiste en impulsar el ejercicio de derechos lingüísticos y culturales de los pueblos indígenas a través de mensajes interculturales. Ya que través de la participación y la implementación de mensajes interculturales es posible cambiar los prejuicios sociales hacia los pueblos indígenas. Prejuicios contra su cultura, su cosmovisión, su forma de vida. Los mensajes interculturales permiten dar participación a los pueblos indígenas en los medios de comunicación que sean posibles. Además, la participación hace que las personas involucradas en la producción de mensajes culturales puedan enriquecer su conocimiento de otras culturas. También permite encontrar mejores formas de hacer que los mensajes llenen las expectativas de quienes las emiten como de quienes las reciben. También contribuye a que los mensajes no contengan estereotipos hacia las diferentes culturas.

4.2.9. Evaluación

Es la valoración de lo que está hecho, de los conocimientos adquiridos, de la actitud de quienes participaron en el proceso de producción de mensajes y sobre el rendimiento de todo el equipo y del mensaje final. Es un proceso constante. Se analizan las cosas o aspectos que se pueden mejorar. Esto hace que se pueda estar en un estado de constante perfeccionamiento en el quehacer y en la



autoformación personal. La evaluación se realiza con base en los criterios y en función del alcance del mensaje. Se analiza si se pueden aprovechar mejor las oportunidades o si los elementos utilizados llenan las expectativas. La evaluación es una oportunidad de aprendizaje.

4.3. Criterios generales para la producción de mensajes interculturales

Gráfica 3.
Criterios generales para la producción de mensajes interculturales en Maya' Wuj



Fuente: elaboración propia

4.3.1. Identificación del grupo objetivo

Se utiliza en este estudio, el término, grupo objetivo, por fines convencionales. El grupo objetivo está conformado por las personas a quienes va dirigido un mensaje. Para los comunicadores es el receptor de un mensaje. En “el libro rojo de la publicidad” (Bassat, 1993) se aborda sobre el *target group* (grupo objetivo) y se describe sobre cómo definirlo. Entonces, Bassat explica lo que se necesita saber del receptor o receptores de mensajes. Así, para comenzar a definirlo el autor



recomienda realizar preguntas entorno a quiénes conforman el mercado, qué tipos de mensajes son los que reciben. A continuación, se define y se segmenta al grupo objetivo. Esto se hace con base en preguntas sobre su cultura, el grupo social al que pertenece, sus rasgos personales, su actitud, entre otros elementos. Los elementos antes mencionados tienden a responder a variantes socioeconómicas.

Para el quehacer editorial también es muy importante definir a las personas quienes van a ser receptores de un mensaje o un libro. Para la editorial el grupo objetivo son las personas que recibirán el mensaje. Son las personas a las que se busca persuadir. Son personas quienes también pueden comunicar sus propias ideas en función de lo que se le transmite. Otra razón por la que es importante definir o conocer al grupo objetivo, en el oficio, es porque se necesita saber qué tanta mediación necesitará un mensaje. El grupo al que se dirigirá un mensaje o un libro se define o delimita en función de varios aspectos. Estas variantes son de tipo sociales, intelectuales, culturales y que poco tienen que ver con las variantes socioeconómicas.

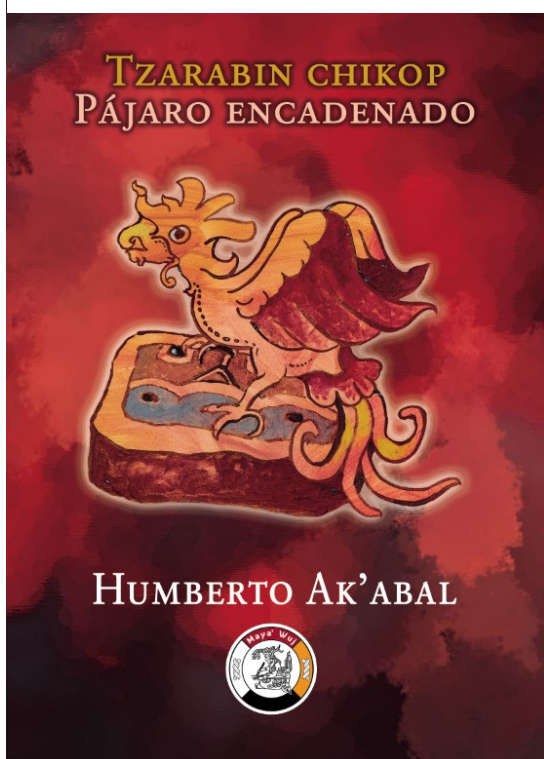
- Grupo social y cultural, sus rasgos, sus valores, sus comportamientos.
- Género
- Nivel de escolaridad
- Edad
- Idiomas en los que se comunica
- Temas de interés o temas de afinidad (por ejemplo: defensa de derechos, resistencia contra mineras, derechos de mujeres indígenas, viudas del conflicto, sensibilización hacia temas de pueblos indígenas, etcétera)
- Psicología social, percepción, emociones
- Campos de estudio (educación, lenguas, derechos, política, docencia, etcétera)

No se profundizará en más detalles sobre los grupos objetivos. Existe una amplia bibliografía para quienes deseen comprender más sobre el tema. Estos elementos, mencionados anteriormente, contribuyen para la selección y tratamiento de los elementos que se describen en los siguientes apartados y que confluyen para la producción de mensajes interculturales en Maya' Wuj.



4.3.2. Conceptualización

Imagen 8. Ejemplo de conceptualización. Portada de Libro.



Fuente: archivo Maya' Wuj

Es muy importante conceptualizar. Buscar una idea principal para que en torno a ello se construya el mensaje. La conceptualización tiene que ver con el objetivo qué se quiere comunicar. Así que, encontrar una idea ayudará a transmitir el mensaje al grupo objetivo. El concepto también tiene qué ver con el grupo objetivo. No se puede conceptualizar ajeno a ello. De hacerlo, se podría tener un muy buen concepto, más no entendible para el grupo al que se dirige el mensaje.

Además, conceptualizar, desde la experiencia, significa encontrar la idea que pueda ser la más persuasiva y que represente lo que se haya requerido comunicar. No obstante, en varios casos el concepto es dado por el quien solicita un trabajo a la editorial. Ellos son los que conceptualizan y el trabajo editorial es darle forma a ese concepto. Aunque también se trata

de dar asesoría y otros puntos de vista al concepto que se presenta a la editorial. Se realiza un trabajo de equipo, de diálogo y de consenso. El concepto es la base para todo el trabajo de diseño. Es el producto de lo que se quiere comunicar y es lo que se concretará para transmitir.

Por otra parte, la conceptualización, debe incluir desde un principio el uso de elementos culturales. Puesto que, al hacerlo, permite ventilar otros conceptos que pueden ser más complementarios y que abordan mejor el uso de elementos culturales. Asimismo, la conceptualización se puede realizar desde ideas de las otras culturas. Da un mejor panorama y se hace una conceptualización más pertinente al contexto cultural.



4.3.3. La forma y el contenido

La forma es lo que se conoce como el diseño gráfico, el recorrido visual, la composición, la selección de colores, la selección tipográfica, la ilustración, el equilibrio visual, entre otros. El contenido es lo que se conoce como el *copy* o texto, la edición del texto, el cuidado de la ortografía y la gramática como el buen uso de las palabras y conceptos. Deben cuidarse tanto la forma como el contenido. De lo contrario se puede tergiversar el mensaje o se puede malinterpretar. Puede ser que un mensaje tenga una forma impecable (buen manejo del color, buen manejo tipográfico, ilustración profesional, etcétera). Pero si el contenido no es cuidado, entonces, no se logrará un muy buen impacto en los receptores. Para un buen mensaje debe darse un trato acorde y muy a fondo a ambas cosas. Debe haber coherencia entre lo que se dice y cómo se dice. Entre lo que se lee y lo que se observa.

En los términos de Maya' Wuj, para lograr una buena forma, se deben incorporar elementos propios de las culturas guatemaltecas (todos los que se describen en los siguientes apartados). Se entiende que lo bonito o lo bueno es subjetivo. Por ello, en Maya' Wuj se considera que un mensaje logra una buena forma cuando los elementos son bien ubicados. Esto sin opacar o entorpecer el mensaje principal.

En ese orden de ideas se considera que un mensaje tiene un buen contenido cuando lo que se dice es acorde a lo que se ilustra. Un muy buen contenido es aquel que ha sido editado y filtrado bajo ciertos criterios editoriales. Así se evitan prejuicios y estereotipos. A continuación, una frase de internet que bien podría ser usada como ejemplo de cuidar el contenido.

Si el hombre supiera realmente el valor que tiene la mujer andaría en cuatro patas en su búsqueda

Fuente: Tomado de internet

Si se presta mayor preocupación a la forma y no al contenido, posiblemente se tendrían sesgos machistas o feministas al utilizar esta frase y no cuidar el uso de signos de puntuación. Entonces, la editorial se encarga de que el contenido del mensaje no cause ninguna controversia entre ambos géneros. En este caso se resolvería con reformular la frase dependiendo del objetivo



comunicacional. Todos los siguientes apartados son criterios para cuidar la forma y el contenido en la producción de mensajes interculturales.

4.3.4. Los colores

Se debe tener cuidado al seleccionar colores. Puesto que, en nuestro contexto, utilizarlos, o puede connotar a algún partido político, o puede connotar determinación de géneros, o puede evocar eventos históricos. Por ejemplo, el verde olivo. Es un color que para las generaciones actuales no tiene ninguna relevancia. Sin embargo, para las personas de comunidades que padecieron el conflicto armado interno es un color que evoca dolor, miedo, inseguridad. Por ello se debe cuidar el uso de los colores.

La selección de colores, para el diseño intercultural, no solo se realiza tomando en cuenta la psicología de color. Se seleccionan los colores, principalmente, con base a los colores básicos de las culturas de Guatemala. Estos colores son básicos porque connotan la cosmovisión, los elementos más significativos de los pueblos. Por ejemplo, para la cultura maya existen siete colores básicos y su respectiva connotación. El rojo, negro, blanco, amarillo, azul, verde y café. A continuación, se describen el significado connotativo de cada uno de estos colores. Esta descripción ayuda a comprender cómo se usan dentro del diseño de mensajes en el contexto multicultural de Guatemala. Esta es una descripción que permanece en la tradición oral, con los guías espirituales que realizan ceremonias, en tejidos, pinturas y otras formas de expresión. Se ha transmitido de generación en generación. Aunque es necesario aclarar que también pueden connotar otras cosas más. Por ejemplo: las personas según su edad, su estado civil, si se está en gestación, entre otros, pueden llevar un color u otro. ***Lo que se describe a continuación solo es una forma de connotar los colores en la cultura maya y es de uso común.*** Se les puede dar otra carga significativa dependiendo del contexto.



Imagen 9. Colores básicos del pueblo maya. Bandera maya.



Fuente: elaboración propia

- Rojo: simboliza la salida del sol, el color de la sangre, la fuerza, la energía, la vida. El color rojo del maíz. El este.
- Negro: la obscuridad, el descanso, el resguardo de la energía, la muerte. El color negro del maíz. El oeste, la caída del sol.
- Blanco: la salida del aire, la pureza, el aire. El color blanco del maíz. El norte.
- Amarillo: El color de los huesos, de las semillas del maíz amarillo. La caída del aire. El sur.
- Verde: el color de la madre tierra, las plantas, el agua, la vida, los alimentos. La feminidad.
- Azul: el color del cielo, el agua, la respiración. La masculinidad
- Café: la tierra. La tierra fértil, la tierra húmeda.

Además, dentro del contexto guatemalteco, el uso de mensajes coloridos no es común por los diseñadores y comunicadores. Se tiene la idea equivocada que los mensajes con mucho colorido distraen, pierden su objetivo comunicacional, etcétera. Sin embargo, el arte maya tiene característica de ser muy colorido y con muchos detalles. Así se pueden observar los güipiles de



los pueblos indígenas de Guatemala, estos son coloridos, al mismo tiempo que ilustran el entorno de las comunidades.

Con estas ideas del color se complementan o se reajustan algunas reglas básicas de diseño. Por ejemplo, la regla que consiste en seleccionar un color primario y luego uno o dos colores secundarios para un diseño. Esta regla contribuye para la diferenciación de elementos primarios y secundarios. Además, permite dar orden a los elementos. No obstante, se complementa perfectamente con utilizar otros colores. Ya que se pueden usar colores primarios y secundarios y una serie de colores más que enriquecen el contenido visual de nuestro mensaje. Además, permite, a través del diseño, reflejar la multiculturalidad en el color.

4.3.5. Los elementos culturales

Gracias a las investigaciones hechas sobre la cultura maya se conoce bastante sobre el complejo legado de los mayas antiguos a los mayas actuales. Además, hasta la fecha, aún se conservan muchos conocimientos en la cotidianidad de los mayas. Hay simbolismo y formas que se han mantenido intactas y otras que han ido cambiando. No obstante, mantienen su esencia. A pesar de las investigaciones que sacan a la luz el pensamiento maya, existe muy poco conocimiento de los guatemaltecos hacia las formas y el simbolismo maya. Por ello, se deben cuidar todos estos detalles a la hora de utilizarlos o se deben considerar a la hora de producir un mensaje multicultural e intercultural. Entre estos elementos están: la cruz maya, los glifos, los nawales, la espiral maya con forma de caracol, el kumatzin, los tejidos, los códices, los colores y las formas, etcétera.

Toda cultura posee una vasta cantidad de elementos con capacidad de adquirir significación. La tarea que se realiza en la editorial es conocer esos significados, traducirlos o dotar de esa significación a los elementos culturales que aún no han sido catalogados. En el trabajo editorial se interpretan esas expresiones culturales, signos, glifos, colores que no siempre tienen una traducción o significación bien definida. Principalmente por quienes aún no conocen de las culturas propias de Guatemala.

Es aquí en donde cabe hablar de la pertinencia en el diseño, la pertinencia cultural. La producción de mensajes debe hacer uso de elementos y debe traducir significados que están configurados en diferentes formas morfológicas, espaciales, textuales, artesanales, etcétera. El trabajo es traducir

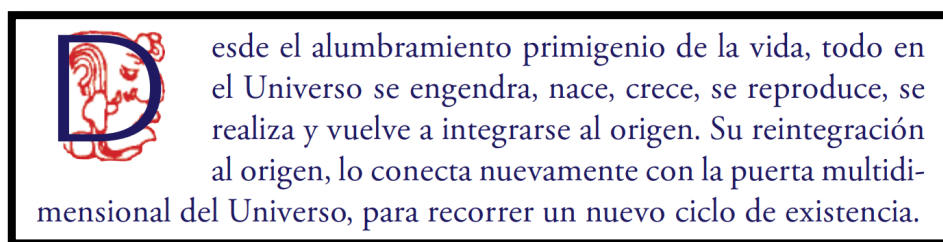


esos significados para la pertinencia cultural y con un enfoque multicultural e intercultural. No se puede caer en el uso de elementos culturales sin saber su significado y sin saber traducirlos. No deben usarse los elementos como adornos que no tienen ningún significado visual en el mensaje.

En la producción de mensajes interculturales está el desafío y la oportunidad de entender la diversidad de connotaciones culturales que se pueden asociar en un mensaje. Aunque también es necesario aclarar que, por la multiculturalidad de nuestro país, es muy difícil identificar y traducir todos los elementos de todas las culturas guatemaltecas en este trabajo. Por ello solo se mencionan los más conocidos y que son comunes en los diferentes Pueblos. Dentro de los elementos culturales mayormente utilizados en la producción de mensajes son:

- Los güipiles o tejidos. La indumentaria maya es una riqueza cultural y visual. En diversas partes del mundo se aprecian los tejidos. Su atractivo es su colorido, sus formas (que representan la cosmovisión), su estética, su creatividad. No obstante, es importante que se utilicen de acuerdo con la comunidad lingüística a la que va dirigida el mensaje. También es necesario cuidar de no mutilarlos.
- *Los nawales*. Los glifos de los nawales son de uso común por todas las comunidades lingüísticas mayas. Lo único que cambia es su manera de darles nombres. Pero, en esencia, son lo mismo. Son un elemento sagrado dentro de los pueblos mayas. Lo que se debe evitar es el mal uso de estos. Algunos criterios para tomar en cuenta son:
 - Se deben respetar y no colocarlos como fondos. Son un elemento sagrado por lo que sería una falta de respeto colocarlos de fondo. Lo mismo sucede con otros glifos.Por ejemplo:

Imagen 10.
Inicio de capítulo de un libro que incluye cabeza numeral mal utilizada



Fuente: archivo personal

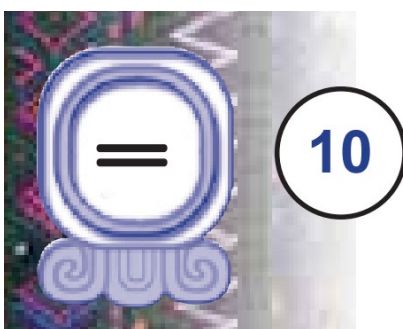


En este ejemplo se colocó de fondo el glifo del numeral primero. Está siendo usado de fondo para una letra capital del castellano. Pero, además, el glifo está volteado. Imagine la letra D volteada. ¿Qué pasa ahí? Dislexia.

- No deben utilizarse como portadores de otros elementos. Dentro de muchos libros se usan para colocar en su interior los números mayas. La justificación de este criterio es la misma que el criterio anterior.

Imagen 11.

Ejemplo de utilización de Glifos *sagrados* para colocar números en su interior



Fuente: archivo personal

- No deben colocarse solo como un elemento decorativo. Su uso puede relacionarse con un tema o una idea en específico. Por ejemplo, en el interior del libro: Derecho Internacional Público del Dr. Carlos Larios Ochaita se colocó el glifo Tz'i'. Este glifo simboliza la justicia. De tal manera que no es un elemento decorativo sino significativo. Ahora bien, en muchos casos, es necesario justificar o explicar su uso. Así se informa a las personas sobre su significado. En los anexos se describirán el significado de los días del Cholq'ij para mejorar su utilización en los mensajes.



Imagen 12.
Muestra de interior de libro en donde
se utiliza el glifo maya adecuadamente y no como accesorio o decoración



El símbolo del día Tz'i' es también de la justicia en la simbología maya. En la edición del presente libro se incluyeron elementos de la cultura maya. En sus páginas se incluyen los mundialmente conocidos números mayas. Números actualmente presentes en la imagen editorial de los libros editados en Guatemala. En los pies de página se incluyó un detalle de tejidos, llamados (Ch'umil/Estrella). En la portada se incluyó fondo y aplicaciones de los tejidos multicolores mayas de Guatemala. El detalle sobresaliente del lomo, es parte del tejido de la comunidad lingüística Mam del municipio de Todos Santos Cuchumatanes.

Imagen: archivo Maya' Wuj, libro Derecho Internacional Público

- Los números mayas. Dentro del sistema educativo nacional se ha tratado de incluir la enseñanza de los números mayas. A pesar de ello, son muy pocos los espacios en donde se utilizan. Los billetes nacionales han sido, por mucho tiempo, el único espacio en donde se utilizan con toda normalidad. Aunque hay personas que todavía los desconocen. Libros del ministerio de educación y otros ministerios estatales los han adoptado, en menor medida, para la numeración de las páginas de sus publicaciones. Los números mayas son un avance importante del pueblo maya. Además, son admirados por ser un sistema sencillo de numeración y que aún sigue siendo utilizado (Morley). Por lo que, su uso dentro de los mensajes, extensos y largos, son una oportunidad de que las personas los conozcan y valoren. Para la utilización de los números mayas se siguen los siguientes criterios:
 - Colocarlos de manera consecutiva con los números arábigos. Es decir, página par números arábigos, página impar números mayas. De esta manera se propicia y fomenta la lectura de los números mayas en los textos.



Imagen 13.
Ejemplo de páginas numeradas en dos sistemas de escritura, página par e impar



Fuente: archivo Maya' Wuj.

- Los números mayas para fechas de los Calendarios Mayas. Los calendarios mayas contienen meses, días y fechas numeradas. Entonces, las fechas totalmente con elementos mayas es otra manera de fomentar la lectura de números mayas. Por supuesto, se debe hacer una traducción de la fecha para que sea más entendible.

Imagen 14.
Ejemplo de publicación utilizando fechas mayas



Fuente: archivo Maya' Wuj



En el ejemplo se observa que la fecha de presentación del libro aparece el fechado maya con números y glifo, su traducción al idioma kaqchikel y su equivalente en la fecha del calendario gregoriano.

- Los números mayas son de base vigesimal. Un punto en la segunda posición (superior) es igual a veinte. Un punto en la tercera posición (superior) es igual a cuatrocientos. Un punto en la cuarta posición (superior) es igual a ocho mil. Y así, se multiplica por veinte cada posición, para tener el resultado de la posición superior. Esto es muy importante conocer al escribir números mayas, ha habido textos en los que los números han estado mal escritos y han sido difundidos públicamente.

Imagen 15.
Ejemplo de escritura incorrecta de los números mayas.

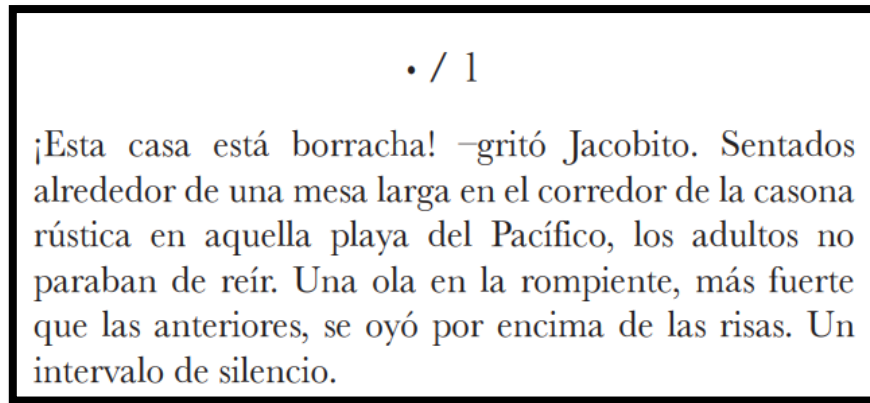


Fuente: Galería de la página de Facebook de FILGUA

- Para los inicios de capítulos. En algunas tesis, libros, apartados de folletos, entre otros, se utilizan en lugar de los números romanos. Sin embargo, algunos aluden a que “no son científicos”. Por ello, prefieren utilizar números romanos en lugar de los números mayas. O escribir las dos para “evitar” confusiones.



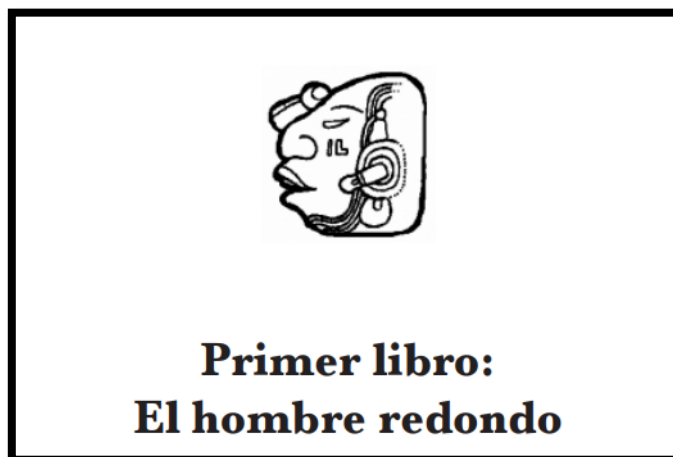
Imagen 16.
Ejemplo de numeración maya y árabe equilibrada en inicios de capítulos



Fuente: Archivo Maya' Wuj

- Los números mayas también tienen su variante de cabeza numeral. Aunque, estos representan los números ordinales, pueden utilizarse para numerar capítulos. A continuación, un ejemplo de inicio de capítulo:

Imagen 17.
Inicio de capítulo de libro. El glifo representa el numeral ordinal 1º



Fuente: Archivo Maya' Wuj

- Escritura glífica. En la actualidad está siendo muy utilizada la escritura glífica. Es una forma de reutilización de una escritura propia de los pueblos mayas. Es necesario aclarar que es una forma moderna de hacerlo. Es decir, se utiliza como base los criterios encontrados y descubiertos por investigadores. La escritura glífica es una forma que se está recuperando.



Son muy pocos los epigrafistas que manejan con propiedad la técnica. Además, las inscripciones encontradas corresponden a ideas en otros idiomas y en otros contextos.

Se trata de fomentar la escritura glífica por lo que en la editorial se hace algo didáctico. Se realiza la escritura por un epigrafista. Luego, se colorea por sílaba o logograma. Así puede ser fácilmente leído por neolectores o por quienes se están familiarizando con la escritura. También, se escribe su transcripción en caracteres latinos y hasta en castellano.

- Otros elementos. También hay otros elementos que se utilizan tales como pinturas, fotos de templos, estelas, dinteles, códices, entre otros. Lo único que debe cuidarse es que no sean simplemente adornos. Deben complementar el diseño y deben reforzar el mensaje. Si se utilizan como simples adornos se pueden usar mal y lo que haría sería un ruido comunicativo.

4.3.6. El bilingüismo o multilingüismo

Además de ser un principio es un criterio que no debe olvidarse. Pero, sobre todo, debe cuidarse para no caer en ciertos errores. Los siguientes parámetros se utilizan por fines didácticos como también por fines semiológicos. Didácticos porque así las personas se familiarizan con el bilingüismo. Y semiológicos para no connotar ideas que no se tengan previstos. Los parámetros comunes para cuidar este aspecto son:

- Identificar los idiomas que serán visibles dentro del mensaje. Es muy importante saber qué idiomas se están consignando. En muchos mensajes también es oportuno, por fines didácticos, escribir el nombre de los idiomas que aparecen en el mensaje.
- Cuidar que estén bien escritos. Para esto se debe consultar a los responsables del trabajo cuando el diseño ya está listo. Así se evitan cometer errores mecanográficos al momento de trasladar el mensaje al diseño. En el mejor de los casos, la mejor forma de hacerlo es copiar y pegar el mensaje y no mecanografiarlos.
- Mantener un equilibrio visual entre ambos idiomas. Es decir, mantener un mismo tamaño tipográfico en ambos idiomas. Esto se hace por dos cosas. Primero, para no jerarquizar (véase tipografía). Y segundo para evitar caer en diglosia visual, un término acuñado en la editorial (en el marco teórico se aborda al respecto de la diglosia). La diglosia visual significa, que un mensaje es bilingüe pero una lengua, visualmente, puede tener



preeminencia sobre la otra. Para mantener igualdad y equilibrio se aconseja utilizar otros recursos tipográficos. Por ejemplo: utilizar cursiva o itálica para un idioma y regular o normal para otra. O asignar un color a cada idioma. El siguiente ejemplo muestra desequilibrio visual y jerarquización idiomática y cultural. También ejemplifica el apartado anterior. Lo que está escrito en idioma maya no está cuidado. Contiene errores en la escritura. Aunque la iniciativa es buena siempre se deben cuidar todos los detalles dentro del mensaje para que no connoten o reflejen las relaciones culturales de nuestro país.

Imagen 18.
Bilingüismo asimétrico y desequilibrado



Fuente: Google Imágenes

- No separar el texto de su traducción. Al mantenerlos juntos se ven como una unidad. De hecho, se entiende que es el mismo mensaje, pero, en dos idiomas distintos. Existe un problema serio al separar los idiomas pues puede connotar divisionismo, exclusión, segregación. Para que las personas identifiquen el sentido del mensaje escrito en dos idiomas, es necesario mantenerlas en unidad. En el siguiente ejemplo se puede observar los errores anteriores: desequilibrio y jerarquización. Sin embargo, aquí también se puede observar que hay varios textos. Unos funcionan como títulos y los otros como subtítulos. Es decir, hay diferencias entre ideas de primer orden, de segundo orden, incluso, de tercer orden. Pero, otro problema que se suma a esta imagen es la separación del texto escrito en un idioma indígena. No se logra deducir a qué texto corresponde o qué es lo que dice. Y,



sobre todo, está más pequeño que el resto del texto. Lo observable resulta irónico tomando en cuenta que es un evento para la conmemoración de las lenguas indígenas y el tratamiento del texto no lo refleja.

Imagen 19.

Texto con traducción separada. Connota ideas de segundo y tercer orden.

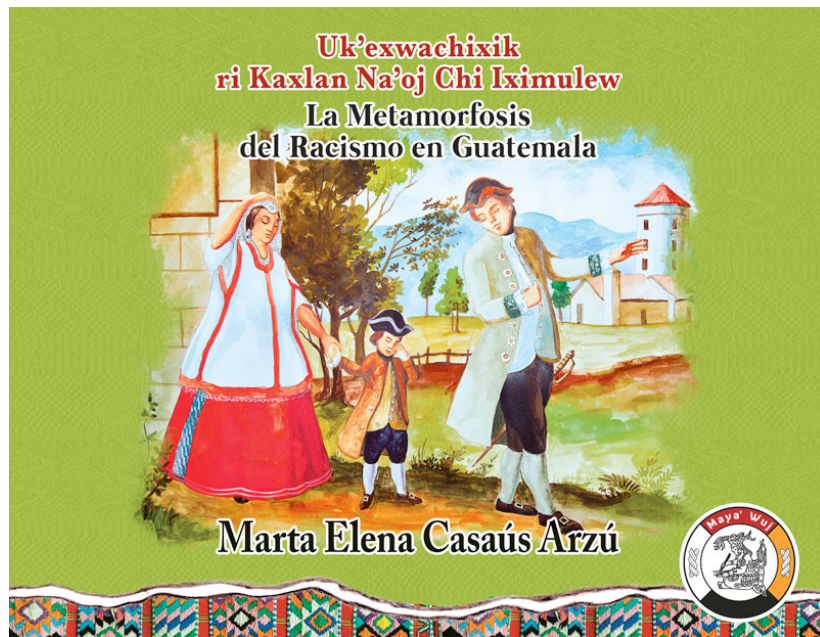


Fuente: Google Imágenes

- Prioridad. En otros países el criterio de traducción indica colocar primero el idioma en el que fue concebido el mensaje luego la traducción. En la experiencia editorial, por fines de posicionamiento y dignificación de los idiomas indígenas, se consigna primero el mensaje en idiomas indígenas luego la traducción. Por ejemplo: **k'amow - gracias**. Además, las personas ya están familiarizadas con el castellano. Leerlo primero en idiomas indígenas es un reto y una manera de educar a la sociedad guatemalteca a leer en idiomas indígenas. Este criterio aplica para titulares, títulos, inicios de capítulos y otros textos cortos. Para textos extensos, que son bilingües, se propone: página par castellano, página impar idiomas indígenas. De esta manera se da preeminencia a los idiomas indígenas en páginas de mayor impacto. Por lo general, si los textos son bilingües es porque va dirigido a población bilingüe. Por lo que no debe entenderse como etnocentrismo la búsqueda de un mejor posicionamiento de los idiomas indígenas.



Imagen 20.
Ejemplo de equilibrio, prioridad, traducción



Fuente: archivo Maya' Wuj

4.3.7. La ilustración

Una imagen vale más que mil palabras reza el dicho. Una imagen puede ser el único componente de un mensaje o de nuestro mensaje. Si no existen criterios adecuados para su selección repercutirá negativamente en el mensaje final. En la experiencia, cuando se necesita una ilustración, el editor o el diseñador sabe claramente qué es lo que requiere. Para ello tiene criterios y conocimiento del tema, del texto o del mensaje para buscar, para encargar y para catalogar o juzgar una imagen. Si no tiene conocimiento del tema lo que debe hacer es autoformarse, informarse y elaborar sus propios criterios para la selección de las imágenes.

Los criterios utilizados en la editorial para la selección, búsqueda o encargo de imágenes son:

1. Que no contengan estereotipos
 - a. Ladinos más grandes que indígenas
 - b. Hombres siempre más altos que mujeres
 - c. Mujeres solo en ámbitos de trabajos del hogar o solo cuidando hijos
 - d. Mujeres indígenas con muchos hijos



- e. Mujeres indígenas descalzas
 - f. Mujeres ladinas en ambientes laborales de oficina y mujeres indígenas en ambientes laborales del campo, de las labores domésticas o del mercado solamente.
 - g. Mujeres ladinas con vestimenta de mujeres mayas
 - h. Mujeres y hombres mayas siempre de tez morena y ladinos siempre blancos
 - i. Mayoría ladina.
 - j. Indígenas o mayas sin vestimenta. Que aparezcan solo con taparrabo.
2. Que sea pertinente con el tema a tratar.
 3. Respetar las facciones y vestimenta de los personajes con relación al grupo cultural o lingüístico al que pertenece.
 4. Si es fotografía, que el manejo de los planos, la regla de los tres tercios, u otra composición, no jerarquicen ni sobrepongan a un grupo social sobre otro.
 5. En la medida de lo posible, que trate de reflejar los otros pueblos guatemaltecos, a personas con capacidades especiales, entre otros grupos marginados: Xinkas, Garífunas, personas con problemas de visión, zurdos, personas con capacidades especiales, entre otros.
 6. Se evita en lo posible el uso de caricaturas, pues estos exageran rasgos de manera satírica

Imagen 21.

Ejemplo de contextualización de imágenes según el contexto cultural al que se dirige



Ilustración de tejedora q'eqchi', original





Ilustración de tejedora contextualizada a la comunidad Tz'utujil

Fuente: archivo Maya' Wuj

4.3.8. La tipografía

La tipografía tiene una función muy importante en los mensajes escritos. La tipografía aporta carácter, fuerza, dinamismo, dignidad, vida, armonía, ritmo a un texto “la tipografía es una forma visual del lenguaje...” (Bringinghurst, 2008, pág. 23). Si la tipografía es muy importante, debe dedicársele tiempo y estudio a su selección. Se debe seleccionar dependiendo de lo que se quiere transmitir. Debe responder a la necesidad del texto.

La tipografía debe hacer varias cosas. Pero, una de la más importante es hacer que un texto pueda ser leído, legibilidad. En el internet y en varios libros se encuentran artículos sobre cómo cuidar la legibilidad de los textos. Sobre todo, para mensajes extensos. No obstante, aquí se hará énfasis en los criterios tipográficos a seguir para la legibilidad y visibilidad de los idiomas indígenas.

1. Legibilidad. Guatemala aún es neoelector en idiomas indígenas. Son muy pocas las personas que pueden leer muy fluido en los idiomas indígenas. Así que, para evitar ruidos comunicacionales, se debe seleccionar o se debe afinar la tipografía para que pueda ser leído fácilmente. Se debe pensar que los textos para neoelectores deben ser con letra más grande, oraciones cortas, un interlineado considerable, letra sin mayores decoraciones o



efectos. Por supuesto, cuando se logre la fluidez lectora en idiomas indígenas, ya se pueden usar otros criterios de legibilidad. No obstante, se debe cuidar siempre que la lectura sea fácil.

2. Jerarquizar. La tipografía también debe ayudar a organizar e identificar ideas. Jerarquiza y diferencia, a través de sus recursos, los distintos títulos y subtítulos e ideas de primer orden y segundo orden. Esto se logra a través de los recursos de escala (tamaño), negrita, cursiva, color, ubicación, entre otros. En esta situación hay que enfatizar el equilibrio entre idiomas (cuando sean mensajes bilingües). La jerarquía deberá hacerse para el orden de ideas y no entre idiomas. Cuando se realice un mensaje debe cuidarse siempre el equilibrio. Así se evita caer en discordancias visuales (una discordancia, por ejemplo, es cuando la traducción en castellano es más grande en tamaño que el idioma indígena y viceversa).
3. De las cursivas. Estas funcionan muy bien en el castellano. Sin embargo, en los idiomas indígenas suele dificultar la lectura por el rompimiento de la secuencia de las letras por las glotales. De tal manera que, se pueden utilizar, pero debe cuidarse el alto y la distancia de las glotales respecto a las letras que son glotalizadas (siguiente apartado).

k'ak'a' - nuevo, k'ak'a' - nuevo, k'ak'a' - nuevo

4. Las letras glotalizadas de los idiomas indígenas. Todos los idiomas indígenas utilizan letras glotalizadas (salvo el garífuna). Por ello, deben cuidarse la escritura de las glotales. Cada una de estas letras son una unidad. Como en el criterio anterior, hay glotales que están muy separadas de las letras por lo que se dificultaría la lectura. Las letras glotalizadas deben ser muy bien cuidadas para que el mensaje no se confunda. Este criterio aplica para todo tipo de fuentes no importa si son regulares, negritas, cursivas. Por ejemplo,



Imagen 22.
Texto con error tipográfico, error en separación de glotal



Fuente: Google imágenes

La palabra ak'alab' es una sola palabra. Separarla, como aparece en la imagen, dice: ak' – gallina. El texto debería traducirse como: *el deseo de los niños*. Sin embargo, por la mala escritura podría traducirse como: *el deseo de las gallinas*.

5. La selección, afinación o modificación tipográfica para textos extensos. Es muy importante hacer una selección tipográfica que contribuya a la fácil lectura de idiomas indígenas. Aunque en muchos casos es difícil encontrar una tipografía que llene las expectativas de lectura fácil. Para textos extensos, en Maya' Wuj, se han afinado o modificado fuentes para la escritura de idiomas indígenas. Para que los idiomas sean legibles se ajustan espacio entre letras y espacio entre palabras. Sobre todo, espacio entre letras y apóstrofes. Además, se cuidan, se afinan o se construyen tipografías legibles y funcionales para otros idiomas. El idioma Mam, por ejemplo, utiliza la ã (x con diéresis). Sin embargo, esta letra es muy difícil de encontrarla en cualquier tipografía. No todas las tipografías la tienen. Por ello, en este idioma se recurre a la utilización de tipografías poco legibles. En la editorial Maya' Wuj se afinan las tipografías. Así se puede utilizar casi cualquier tipo para los idiomas indígenas.
6. Reflejar vínculos. “la página tipográfica es un mapa de la mente; frecuentemente también es un mapa del orden social del cual proviene. Y para bien o para mal, las mentes y los



órdenes también cambian” (Bringhurst, 2008, pág. 28). Un comunicador o diseñador debe conocer el poder que tiene la tipografía al momento de elaborar mensajes interculturales. Debe conocer lo que connota y lo que denota, sobre los vínculos que puede reflejar, tanto los positivos o los negativos. Aún los negativos para evitarlos. Puede servir para cambiar órdenes mentales o paradigmas sociales existentes. La tipografía bien aplicada (en tamaño, estilo y otros recursos) puede servir para educar hacia la práctica intercultural. La tipografía debe honrar los mensajes que transmite y a las culturas que se le asigne que represente.

4.3.9. El uso de mayúsculas

En la internet existe el término *netiqueta*. “Es el conjunto de reglas que regulan el comportamiento de un usuario en un grupo de noticias, una lista de correo... ...la netiqueta describe un protocolo que se debe utilizar al establecer «contacto» electrónico” (Portocarrero & Natalia, 2009, pág. 121). Estas reglas aplican en diseño gráfico, edición, marketing, legibilidad, entre otros campos. Dentro de estas reglas figura el escribir con letras mayúsculas. Escribir un mensaje privado solo en mayúsculas es como estar gritando al interlocutor. Por etiqueta se debe evitar gritar, por ello se deben evitar las mayúsculas. Este concepto es aplicable en la producción de mensajes masivos y aplica para todo tipo de mensajes. Claro, hay excepciones a la regla. Sobre todo, cuando se quiere dar mayor fuerza a un mensaje o concepto. Aunque esto también depende de la tipografía, el tamaño y la extensión del texto. Aunque es bueno recordar que existen otras formas de realzar un texto escrito (tipografía, negritas, color, otros).

Por otra parte, se evitan las mayúsculas porque el *Kerning* (espacio entre letras) en las mayúsculas es casi uniforme en la mayoría de las tipografías y caracteres (en las minúsculas varía dependiendo del carácter -escala, base, altura-). Entonces, este comportamiento tipográfico no contribuye en la lectura y escritura de idiomas indígenas. Hace que las palabras se vean separadas y no se distinguen las palabras. Así se obstaculiza la legibilidad de los textos porque la lectura es incómoda.

4.3.10. Criterios de edición de contenidos que propician la multiculturalidad e interculturalidad

Además de cuidar la ortografía y la gramática también se deben cuidar otros aspectos de fondo. Algunos de estos aspectos rompen con las normas establecidas por el máximo ente que rige la lengua española. Otros aspectos responden a lógica y coherencia, pues de otra manera puede



connotar supremacía. El cuidado de cómo se dicen las cosas, la forma y el contenido es de suma importancia. Por ello, se ha especificado una lista que incluye una serie de aspectos a tomar en cuenta al editar el contenido de un trabajo que llega a la editorial. Esto se aplica siempre y cuando el responsable del trabajo haya aceptado que se realicen ajustes a su trabajo. Puede tomarse esta lista como un manual de estilo de la editorial. Se tiene la convicción de que si se utilizasen estos aspectos en muchos trabajos seguramente se comenzarían a cambiar paradigmas y constructos sociales tan arraigados. También se debe educar, persuadir e informar a las personas en estos conceptos. No siempre son aceptados hasta que se justifican su uso. Esta es la lista:

- Respetar los nombres propios. Es muy común que se escriban los nombres de los pueblos guatemaltecos y de sus comunidades lingüísticas. Por ello se debe cuidar su escritura. Representan a una comunidad y a un pueblo. El escribirlos mal supone una falta de respeto y una actitud de desinterés hacia las culturas ajenas. También es una forma de expresar la discriminación y el racismo.

Se propone su escritura con mayúscula inicial por razones expresivas o de respeto (véase mayúscula de respeto). Además, se enlistan para tenerlos de referencia y no escribirlos de diferentes maneras. Por ejemplo, para referirse al pueblo Kaqchikel se hace de muchas formas y muy poco adecuadas: cachiquel (según el diccionario de la RAE), kakchiquel (el nombre castellanizado), cacchikel, cakchikel... y muchas otras formas. No se toma la forma normada del diccionario de la RAE, pues se refiere a los pueblos guatemaltecos como *amerindios*. Se ha afirmado de sobremanera que los pueblos de Guatemala no son pertenecientes a la India. También el término indio es usado despectivamente. Por ello no se usan los nombres normados por la RAE.

Tampoco son muy acertadas las descripciones o las denotaciones para estos sustantivos. Por ejemplo: *xinca*, la RAE lo describe como un pueblo amerindio perteneciente a la familia maya. No obstante, se ha identificado que el pueblo Xinka tiene su propio origen y raíz. Es una cultura con una historia propia. Han compartido el territorio con la cultura maya, pero son culturas distintas. La castellanización de los nombres no refleja mucho interés que se diga. Ni refleja un estudio exhaustivo de querer castellanizarlo respetando el origen, los fonemas y el significado de las palabras.



A continuación, la lista de los nombres de las comunidades lingüísticas de Guatemala. Esta ha sido elaborada con el consentimiento de las comunidades lingüísticas. Por lo que se considera que tienen ortografía correcta. También es de uso legal ya que son tomados de la Ley de Idiomas Nacionales (Decreto # 19-2003) y su respectivo reglamento (Acuerdo Gubernativo # 320-2011):

Idiomas y comunidades mayas: Achi, Akateko, Awakateko, Chalchiteko, Ch'orti', Chuj, Itza', Ixil, Jakalteko (Popti'), Kaqchikel, K'iche', Mam, Mopan, Poqomam, Poqomchi', Q'anjob'al, Q'eqchi', Sakapulteko, Sipakapense, Tektiteko, Tz'utujil y Uspanteko.

Garífuna y Xinka.

Por último, cabe agregar que la Ley de Idiomas Nacionales en su capítulo 3 y artículo 11. Registros, indica: *Las normas de escritura propia de cada idioma indígena Maya, Xinka y Garífuna, referentes a nombres propios y de lugares, deberán ser atendidas y respetadas en todos los actos registrales por los funcionarios de instituciones públicas y privadas, entidades autónomas o descentralizadas del Estado. La Academia de las Lenguas Mayas de Guatemala deberá proporcionar información lingüística pertinente a este efecto.* Por ello, esta es la forma oficial de escritura de los nombres de las comunidades lingüísticas de Guatemala.

- La visibilidad de géneros. En el trabajo editorial se ha encontrado que hay muchos trabajos que están escritos en castellano. No obstante, mantienen estructuras y formas de los idiomas mayas. Por ello, para que los textos mantengan su esencia se hace caso omiso a lo normado. Por ejemplo, en los textos es muy común encontrar la visibilización de ambos géneros. La RAE norma que cuando se menciona *todos* están incluidas también *todas*. Sin embargo, en muchos idiomas mayas, es muy común mencionar o escribir los dos géneros. No hacerlo es como tener un error de concordancia. No puede haber mujeres sin que no haya hombres. Y, es muy común observar que primero se nombre al género femenino y luego al masculino. Se nombran en orden de edad desde los mayores, con mucho respeto, hasta las niñas y niños.

Se puede argumentar que esto en la editorial es válido. Se toma como una traducción de los idiomas mayas hacia el castellano. Así que las niñas y niños, las mujeres y hombres, las señoritas y los jóvenes son fórmulas lingüísticas inseparables, complementarias y equitativas. Va más allá de un simple lenguaje inclusivo. Es una forma de pensamiento y



por ello se escribe de esa forma. Aunque la Academia no lo acepte por su denominada “economía del lenguaje”. Después de todo es entendible y más descriptivo.

- Mayúscula de respeto. Se cita literalmente lo escrito en la página de la RAE al respecto:
...Se escriben con letra inicial mayúscula todos los nombres propios y también los comunes que, en un contexto dado o en virtud de determinados fenómenos (como, por ejemplo, la antonomasia), funcionan con valor de tales, es decir, cuando designan seres o realidades únicas y su función principal es la identificativa. En otras ocasiones, la mayúscula responde a otros factores, como la necesidad de distinguir entre sentidos diversos de una misma palabra (mayúscula diacrítica), o a razones expresivas o de respeto (mayúscula de respeto) (RAE, 2005).

Bajo este argumento se utilizan mayúsculas de respeto al escribir los nombres de las comunidades lingüísticas, los nombres de los días del calendario sagrado Cholq'ij, los nombres de los meses del calendario maya y algunas otras palabras como Pueblo, Cultura, Idioma, Nación. Todas se usan con el criterio de mayúscula de respeto. Pues debe respetarse al momento de hablar de ellos en los contextos indígenas. Hay alguna excepción. Por ejemplo, cuando el sustantivo funciona como adjetivo: cultura maya. Aquí se escribe con minúscula.

También, bajo ese argumento se escribe con mayúscula la palabra Dioses, pues hay que tomar en cuenta que no todas las culturas son monoteístas. Además, se debe el mismo respeto al Dios de una cultura que a los Dioses de otra cultura. Este criterio aún es muy difícil de explicar debido a la intensa cristianización y evangelización que por años se ha hecho. Entonces, en el constructo social se tiene la idea de un solo Dios el único que merece respeto. Porque los Dioses es considerada idolatría y es mal visto. La interculturalidad consiste en el respeto de la diversidad. La mayúscula de respeto en la palabra Dioses es una manera de tolerancia y aceptación. Es un paso a la interculturalidad.

- Orden cronológico. El orden cronológico es un principio que connota respeto. Se respetan a los mayores. En este caso en los idiomas mayas función así: abuelas y abuelos, madres y padres, señoritas y jóvenes, niñas y niños. No obstante, también puede aplicarse este criterio para la descripción de los pueblos de Guatemala. En orden cronológico sería: Maya (5,000 años), Xinka (más de 1000 años), Ladino (500 años) y Garífuna (200 años).



- Utilizar el alfabeto unificado de la ALMG. Este criterio requiere algo de investigación de parte de quien produce el mensaje y debe tener espíritu de perfectibilidad y respeto. A la hora de producir mensajes se investiga qué idioma es. Al saberlo, se investiga su alfabeto para evitar caer en errores ortográficos. Se trata de cuidar el idioma que se está usando. El descuidarlo puede connotar desprecio y desinterés.
- Estereotipos. Se debe cuidar los estereotipos de género, de sexo, de clase, de etnia, etaria. Esto significa escribir sin menospreciar, sin discriminar, sin insultar. Por ejemplo: “*En las comunidades indígenas, los hombres trabajan en el campo mientras las mujeres solo se dedican al trabajo de la casa y al cuidado de los hijos*”. En esta oración existe estereotipo de sexo. Se denigra el trabajo de la mujer al decir que “solo” se dedica al trabajo de la casa. Ambos géneros tienen una función definida, y, además complementaria; y existen otros casos en donde es viceversa. Ningún trabajo es menor que otro. El cuidar la casa y los hijos es igual de difícil que sembrar el campo. Por ello se debe editar y cuidar que no se incurran en estos tipos de estereotipos que pueden ser en los aspectos mencionados con anterioridad: clase, etnia... Otro ejemplo de estereotipo es de tipo étnico. Por ejemplo: “*Los mayas eran grandes artistas, pintores, científicos...*” Se hace referencia hacia los mayas antiguos. Sin embargo, se connota la idea que los mayas actuales no tienen nada que ver con los anteriores. Para este caso se piensa en un contexto en el que, por la represión, la esclavitud y la guerra, ya no se ha podido desarrollar ninguna ciencia. Los avances no pudieron actualizarse. No obstante, aún se mantiene mucho de lo admirable de los antiguos mayas en los mayas actuales. Así que es mejor reformular la oración de tal manera que no discrimine o menosprecie a los mayas de Guatemala.

4.3.11. El subtexto

Es lo dicho sutilmente con imágenes o palabras, lo que se insinúa o sugiere. Es todo aquello que no está explícito. El subtexto en los mensajes interculturales se esconde detrás de las palabras, detrás de los elementos, de las imágenes, de las gráficas, de la tipografía. Es decir, de todos los elementos que puedan tener un mensaje implícito o que insinúe algo.



Por ejemplo, para la 14ª Feria Internacional de Libro en Guatemala se trató de hacer una propuesta de logo que insinuara la multiculturalidad y el multilingüismo de Guatemala. Así que se hizo lo siguiente:

Imagen 23.
Propuesta de logotipo con subtexto cultural



Imagen: Archivo de Maya' Wuj

El subtexto es una oportunidad de insinuar o sugerir la multiculturalidad, el multilingüismo, la convivencia intercultural, la inclusión, el tratamiento de género, la inclusión laboral, etcétera. Aplicando el principio de oportunidad se aprovechan los espacios para ir cambiando los estereotipos existentes. Además, se aprovecha para ir construyendo nuevos paradigmas e imaginarios. En veces es algo difícil, el miedo al cambio es la principal dificultad. El temor del rechazo influye para hacer los cambios.

Imagen 24.
Subtexto de género, mujeres en trabajos “para hombres”



Imagen: archivo de Maya' Wuj



4.3.12. El equilibrio y armonía visual

Dentro de todo el proceso de producción de mensajes es muy importante mantener el equilibrio visual. El desequilibrio causa ruido visual. El equilibrio es agradable a la vista. Este tiene que ver con la composición del mensaje. Si un mensaje tiene una muy buena composición será armonioso y equilibrado. Los elementos que deben equilibrarse son todos los que componen un mensaje. Entre estos están los colores, la tipografía, la ilustración, el orden de la lectura o recorrido visual y todos los elementos que influyen en el mensaje.

Este, equilibrio a veces es confundible con lo minimalista. Equilibrio no significa economizar. Algunos diseñadores y comunicadores apuestan a no tener muchos elementos en un mensaje. Para lograr esto excluyen algunos elementos como el bilingüismo, los colores, los tamaños entre idiomas, los tejidos, entre otros elementos.

No obstante, en Maya' Wuj se piensa que más es más (lo contrario del minimalismo). Mientras hay más elementos que refuercen el mensaje mayor será entendido. Pero, debe mantenerse el equilibrio y la armonía. No se pueden colocar elementos aislados y sin armonía. Todos deben confluir en el mensaje. Por ello se aborda sobre cómo utilizar cada uno de los elementos y los criterios para que no haya desequilibrio. El buen uso de elementos en la producción de mensajes permite la interculturalidad, la visibilidad y la dignificación de las culturas de Guatemala.



Imagen 25.
Ejemplo de equilibrio y armonía visual



Fuente: archivo Maya' Wuj. El texto tiene bilingüismo, fechado, colores, subtexto, entre otros.

4.3.13. El uso de un idioma franco

A pesar de que Guatemala es un país multilingüe el castellano es el idioma que predomina en los ámbitos públicos y privados. Pero, esto también sucede por falta de voluntad y conocimiento. Los idiomas mayas de Guatemala pueden usarse en espacios públicos y privados. El hacerlo contribuye a su legitimación y su prestigio social. Aunque cada idioma tiene su territorialidad (véase la ley de idiomas nacionales) se debe fomentar su uso en todos los ámbitos. Así que, como criterio editorial, se utiliza un idioma franco si los mensajes no tienen alguna comunidad lingüística en específico.

Las agendas, calendarios y otros materiales producidos tienen como idioma maya el idioma K'iche'. Este idioma funciona como idioma franco porque es el idioma mayoritario de Guatemala. Es uno de los idiomas con más hablantes. Por eso, se utiliza como idioma franco de los idiomas mayas. Aunque esto requiere un esfuerzo doble para la editorial, no se escatiman costos. Los trabajadores de Maya' Wuj son mayoritariamente Kaqchikel. El hacer traducciones al K'iche' requiere de un costo de traducción. Un costo que se está dispuesto a asumir con el fin de posicionar los idiomas mayas.

Pero, este criterio solo aplica cuando el mensaje no tiene un grupo objetivo en específico. Aunque también se puede optar por hacerlo multilingüe. En los cuatro idiomas mayoritarios: K'iche', Kaqchikel, Mam y Q'eqchi'. Hacerlo en cinco idiomas, incluido el castellano, significa abarcar el 80 % de la población indígena y no indígena.

4.3.14. La ley de idiomas nacionales y su aplicación en la producción de mensajes interculturales

Anteriormente se abordó sobre un idioma franco. Pero, gracias a Ley de Idiomas Nacionales (Decreto # 19-2003) y su respectivo reglamento (Acuerdo Gubernativo # 320-2011) se logra determinar los idiomas indígenas de Guatemala y su territorialidad. De esta manera se logra ser coherente y pertinente al poderse delimitar el ámbito de uso de cada idioma.

Esto contribuye de sobremanera en la producción de mensajes. Dependiendo del lugar se puede saber qué idioma aplica según la comunidad lingüística. Para ello también existe el mapa lingüístico de Guatemala. En este mapa se logra observar los diferentes idiomas y su territorio geográfico. También se logra observar los lugares multilingües.



Todo comunicador y diseñador debe conocer la ley de idiomas nacionales. De esta manera conocería cómo dirigirse a las personas que reciben sus mensajes. También tendría las herramientas suficientes para que sus mensajes sean pertinentes.

Aunque hay quienes justifican que por la migración existen muchas zonas multilingües. Y, utilizar un solo idioma en esas zonas se incurre en discriminación. La postura de Maya' Wuj es respetar los espacios territoriales históricos de las comunidades lingüísticas y de los idiomas. Por ejemplo, la ciudad de Guatemala es una zona multilingüe. Sin embargo, por historia, es una zona Kaqchikel. Por lo tanto, debe respetarse como tal y su idioma cooficial es el Kaqchikel. La ley de idiomas nacionales contribuye a establecer dichos territorios y mantenerlos. Un idioma con territorio tiene muchas posibilidades de sobrevivencia. Además, contribuye para fortalecer su prestigio social, ya que le establece un territorio de uso legalmente.

4.3.15. Sobre libros de texto

Los libros de texto son una herramienta pedagógica que se utilizan en el sistema de educación. Pueden ser estructurados de tal manera que contengan una ideología de quienes los producen y distribuyen. Pueden tomarse como portadores de mensajes. Todos sus contenidos son producto de sus autores, investigadores, editores, ilustradores, etcétera. Estos deben responder a la construcción de una Guatemala intercultural, armónica, unida en la diversidad y en la búsqueda del bien común. Todo esto tomando en cuenta el Currículo Nacional Base (CNB) en el que se establece todo lo que se pretende en el sistema de Educación.

Esto es muy importante, pues los libros de textos producidos por las editoriales del país deberían tomar como mandatorio lo pretendido por el CNB. Pero, asimismo, debería hacerse una búsqueda exhaustiva de los contenidos ahí mencionados. Al desconocer tanto de Guatemala se puede tergiversar la información, usar conceptos poco apropiados o coherentes, y, sobre todo, crear un imaginario social poco deseable hacia las poblaciones indígenas. Por ejemplo: en el currículo se desarrollan contenidos sobre números mayas, el calendario maya, literatura como el Popol Wuj, tradiciones, alimentación, etcétera. Si se hacen textos basados en investigaciones superficiales o en investigaciones hechas por personas con poco conocimiento de las poblaciones indígenas se tendrá un producto que no refleje la realidad o que presente ideas equivocadas de las mismas.



Lo apropiado es ir a la fuente o consultar con personas indígenas que conozcan del tema. Es necesario afirmar que no todas las personas indígenas, aunque con títulos académicos, conocen sobre su cultura. Por lo que la búsqueda debe ser exhaustiva y no parcializada. Datos inconclusos pueden llevar a dar un mensaje tergiversado a los estudiantes. Por ejemplo: en algunos escritos se observa que al hablarse del calendario maya se habla del Tzolkin. No obstante, el Tzolkin es el calendario con nombre en Yukateko. El Yukateko no es un idioma que se hable en Guatemala por lo que se descontextualiza. Lo apropiado es hablar del Calendario Cholq'ij, usando conceptos y nombres desde los idiomas mayas de Guatemala.

Por último, es necesario reflexionar sobre lo que se desea que los libros de texto reflejen tanto en el registro verbal como en el registro visual. Se debe considerar que son niñas, niños, señoritas y jóvenes quienes serán receptores de todo cuanto se les transmite a través de un texto. Si los textos contienen estereotipos de cualquier clase, y que existen en la sociedad, estos serán vistos normales. Si los textos propician interculturalidad, esto se comenzará a formar como hábito y se comenzará a practicar en la cotidianidad porque los estudiantes visualizarán un imaginario que es posible.

4.4. Algunos criterios para el tratamiento de la cultura xinka y garífuna

En la Editorial Maya' Wuj no son muy frecuentes las oportunidades de trabajar mensajes para las culturas Xinka y Garífuna. No obstante, los desafíos al hacerlos es investigar y profundizar sobre ellas. Cuando se producen mensajes para cualquier pueblo aplican la mayoría de los criterios abordados con anterioridad. Además, se agregan algunos criterios con base en la experiencia.

1. La cultura maya, xinka y garífuna no comparten un mismo sistema de numeración. Por ejemplo; el sistema de numeración Xinka también es vigesimal como la Maya, pero tienen otro origen o concepción. Los nombres de los números están en Xinka.
2. La cultura maya, xinka y garífuna tienen un sistema calendárico distinto. En una ocasión se diseñaron libros de texto para varias comunidades lingüísticas. Entre estos libros figuraban algunos Xinkas y Garífunas. No obstante, según requerimientos de la institución se solicitaba que en los textos Xinkas se abordara el calendario Maya Cholq'ij. Los autores Xinkas estaban preocupados porque no era posible abordar un calendario que no comprendían ni era propia de su cultura. Ellos estaban de acuerdo si lo abordaran en grados



más avanzados y no en grados iniciales. Se debía iniciar con la cultura propia para luego conocer las otras culturas de Guatemala. Entonces se deben respetar su propio sistema calendárico para no crear conflictos culturales ni imponer una cultura sobre otra.

3. La cultura xinka y garífuna tienen su propio sistema de comunicación, su idioma. El idioma Xinka y el Garífuna poseen su propio sistema de escritura y su propia gramática. Por ello deben respetarse y cuidar su escritura. Para ello se deben buscar a personas alfabetizadas en su idioma para que los mensajes escritos estén acorde a la ortografía y la gramática.
4. La cultura xinka ha comenzado a aumentar su número de hablantes y lectores. Mientras más se pueda hacer visible el idioma xinka en la forma escrita mayor posicionamiento tendrá y logrará hacer que las personas revaloren su cultura e idioma. Debe hacerse lo mismo para la cultura Garífuna. Se debe posicionar el idioma no importando si su población es minoritaria o si no conoce la forma de escritura de su propio idioma. Hacen falta textos escritos en los idiomas propios de Guatemala para fomentar su lectura y escritura.
5. En cuanto a la cosmovisión. Resalta que las tres culturas coinciden que el ser humano es parte de la naturaleza.
6. Falta investigar más sobre elementos o rasgos de la cultura Xinka y Garífuna que puedan ser valorados semiológicamente. Se conoce poco de la indumentaria, lugares importantes, colores y otros elementos que pueden ser utilizados en mensajes interculturales.

En Maya' Wuj se ha abordado por cuenta propia la inclusión de las culturas Xinka y Garífuna en los mensajes cortos o extensos que se producen. Esto se hace principalmente en contenidos ilustrados. Lo que se pretende es reflejar la diversidad cultural del país. Además de fomentar el respeto cultural a través de la visibilización cultural.



Imagen 26.
Páginas de textos Kaqchikel en donde se incluyen
personas garífunas y xinkas



Fuente: archivo Maya' Wuj

Ro' Tanaj – Capítulo 5

Retos que enfrentan los comunicadores y diseñadores para la producción de mensajes interculturales



Este último apartado tiene un carácter especial. Es con estos retos que las teorías de la comunicación intercultural llegan a ser válidas o no. Es el comunicador o diseñador el que debe tener la sensibilidad para la construcción de la tercera cultura, para la gestión coordinada de significados y reglas, para el constructivismo, para la penetración social y para resolver el conflicto intercultural. Es el comunicador o diseñador el que funge o asume, en veces, la función de emisor. Por ello se detallan algunos retos que bien pueden ayudar a hacer mejor su trabajo. Asumir estos retos lo acerca a ser un comunicador o un diseñador intercultural. Aunque estos retos no permiten del todo hacer un conocimiento profundo de las culturas tampoco permiten que los mensajes o lo que se emite sea muy superficial.

5.1. El uso adecuado de conceptos

En el contexto de Guatemala, el racismo está muy arraigado. Basta con leer los comentarios que se hacen hacia indígenas en las redes sociales para percibir que, evidentemente, es real. Ante ese problema tan arraigado, se debe hacer sensibilización sobre lo que es y cómo se manifiesta. En muchas ocasiones se reproduce el racismo sin caer en la cuenta de que se es o se está siendo racista. Incluso, existe la percepción de que no hay racismo ni discriminación. Por ello, ante la vulnerabilidad del problema, se debe informar para no caer en actitudes que se ven tan normales.

Ante este lastre, los comunicadores y diseñadores de hoy en día deben conocer sobre los conceptos que pueden ser connotados de diferente manera en nuestro contexto guatemalteco. Por ejemplo; el término *chula*, dentro de la pragmática del lenguaje guatemalteco, puede connotar discriminación. Lo mismo pasa con el nombre *María*, basta con llamar María a cualquier mujer para comprobar que esta, inmediatamente, reprenderá no llamarse María (a menos que así se llame). La explicación histórica de por qué estos conceptos son peyorativos merece una investigación aparte. No obstante, se usan muchos términos de estos en nuestro contexto. Pero no son percibidos por la naturalidad con los que se utilizan.



Para contrarrestar estos problemas se plantean para los comunicadores y público en general algunos conceptos que pueden ser connotados como discriminadores.

5.1.1. Idioma, lengua, dialecto

En Guatemala se utilizan de manera despectiva los términos lengua y dialecto. Se hace por desconocimiento. En el contexto del trabajo editorial se ha notado que las personas se refieren al término lengua y dialecto en un término discriminador (incluso los mismos indígenas). Se ha consultado en grupos de personas, en donde participaban indígenas y ladinos, sobre si hablan alguna lengua o dialecto. Solo los indígenas levantaron la mano o respondían afirmativamente, los ladinos se abstienen. En ocasiones muestran desprecio aludiendo que los únicos que hablan lengua o dialecto son los indígenas. Que la lengua es una forma de comunicación que carece de gramática, de prestigio y que no es útil para generar ingresos o comunicarse con otros grupos (no puede funcionar como idioma franco).

Al percibir estas ideas se plantea la necesidad de hacer un uso adecuado de estos términos. Así que se realiza un análisis de las ideas de estos conceptos. De esta manera los comunicadores podrán hacer un uso adecuado de los términos. Las definiciones del Diccionario de la Real Academia Española (RAE) colocan como sinónimos los conceptos de idioma y lengua. Lingüistas y expertos los utilizan indistintamente.

Idioma

Lengua de un pueblo o nación, o común a varios. (RAE, 2017) (la cursiva es propia)

Lengua:

Sistema de comunicación verbal y casi siempre escrito, propio de una comunidad humana (RAE, 2017).

Se puede llamar, entonces, lengua o idioma a cualquier sistema de comunicación de un pueblo, comunidad o país. El uso de un término u otro es equivalente. Por fines políticos o por fines de desprestigio se utiliza uno como mejor que otro. Esto evidencia que se debe hacer un buen uso del término como también informar a las personas sobre el uso de estas palabras. Es importante hacer la salvedad que el cambio de esta idea en las personas no es tan fácil. Se deben tener suficientes



argumentos para debatir sobre el tema. Los comunicadores deben estar bien informados y sensibilizados para no hacer valoraciones equívocas.

Dialecto

Se llama dialecto a la variedad (en la forma hablada o en la producción de sonidos) de una lengua. Esta variedad está asociada al factor geográfico. Es decir, se debe a la distancia geográfica que separa a los hablantes.

1. m. Variedad de un idioma que no alcanza la categoría social de lengua.
2. m. Ling. Sistema lingüístico considerado con relación al grupo de los varios derivados de un tronco común. *El español es uno de los dialectos nacidos del latín* (RAE, 2017)

Como denota la definición. El dialecto es la variedad de una lengua. Un dialecto no es una lengua. En Guatemala hay 25 lenguas o idiomas. 22 lenguas Mayas, la lengua Castellana, la lengua Xinka y la lengua Garífuna. Cada una de estas lenguas tiene sus variantes. Estas variantes pertenecen a un tronco común, una lengua. Todos los idiomas tienen dialectos. Incluso el idioma castellano tiene una variedad de dialectos: el dialecto mexicano, el guatemalteco, el argentino, el español, etcétera. Solo es una idea errónea que los indígenas son los únicos que hablan lenguas o dialectos. Todas las personas hablan una o dos lenguas y sus dialectos.

5.1.2. Traje típico, traje maya

Otro concepto que es tergiversado es el uso del término típico. Para ser más específico, el uso del término, *traje típico* suele generar connotaciones discriminatorias. Ya que solo es utilizado para hablar o referirse al traje, ropa o indumentaria de los pueblos indígenas. “Los ladinos no tienen traje típico” se comentan en algunos casos entre ladinos. Sin embargo, si se analiza la denotación del término se puede notar que típico es algo que es propio o peculiar de un grupo (RAE, 2018). Es decir que todo grupo social tiene rasgos típicos (vestimenta, alimentos, comunicación, arte, etcétera).

Pero el problema no es sobre la denotación del término sino las connotaciones. Típico connota solo la ropa de indígenas, aquí otra razón. En algunos otros casos donde se ha tenido experiencia sobre lo peyorativo del término es cuando se habla de traje de gala. Por experiencia se ha comprobado



que, al referirse a traje de gala, no se incluye vestimenta maya. “Se dijo traje de gala y no típico” aseveran en centros educativos.

Se comenta sobre este concepto para que se utilicen otros términos que no desvaloren o que no generen conflictos culturales. Las personas que participan en la producción de mensajes a veces solicitan “y le pone una cinta típica” “póngale un adorno típico”, “póngale algo típico”; es claro que no hacen referencia a otra cosa que no sea la indumentaria maya.

En estos casos también se aprovecha la oportunidad de sensibilizar. No solo se tratan de hacer mensajes que “parezcan” multiculturales. Se trata de que, en la práctica, también se fomente la interculturalidad: el respeto, la tolerancia y la aceptación. Para referirse entonces de una manera apropiada es mejor utilizar el término ropa maya, vestimenta maya, indumentaria o traje maya (por supuesto que también hay vestimenta de diario y de gala dentro de la ropa maya).

5.1.3. Indio, indígena

El término indio es despectivo. El término indígena, por otra parte, es una manera de referirse a las personas originarias de un determinado lugar. Todo comunicador debe saber utilizar estos términos. Hay movimientos, escritores y medios que los utilizan y tienen una forma connotativa de hacerlo. En veces es de manera revolucionaria y en veces es de manera peyorativa. El saber utilizarlos dará al comunicador una forma distinta de percibirlos y de saberlos utilizar en diferentes contextos.

5.1.4. Muchacha

Otros términos que se suelen escuchar en veces es el de “póngale una muchacha a la par”, “quítele la muchacha”. No obstante, una “muchacha” en el contexto de Guatemala, de la ciudad, para ser más específicos, significa: la de los oficios domésticos. Ahora se escucha despectivamente referirse a ellas como “chachas”, contracción de muchachas. También es un uso despectivo de las palabras. En la medida de lo posible el comunicador debe evitar utilizar este término. Debe tratar de no usarlo en cualquier contexto.



5.2. La función del comunicador intercultural (a manera de recomendaciones)

1. Sumergirse profundamente en la riqueza cultural de Guatemala, sus idiomas y sus características. El comunicador debe notar que, en veces, las connotaciones en los elementos de la cultura no son evidentes a simple vista. Por ello es necesaria la inmersión.
2. El comunicador debe asumir la función de colaborador o facilitador para contribuir a facilitar o mediar las relaciones culturales. No debe limitarse a interpretar elementos culturales sino debe favorecer para que los receptores acepten los mensajes sin generar controversias.
3. Debe reconocer o proyectar los efectos de los mensajes producidos. Tanto por ladinos para público en general, como de indígenas para público en general. Debe visualizar escenarios de lo que generan los mensajes al ser recibidos por los receptores. Esto es muy importante ya que el intercambio entre culturas puede generar aculturación, asimilación, rechazo, aceptación. En el mejor de los casos es la aceptación sin renunciar a la cultura propia.
4. Debe utilizar todos sus conocimientos adquiridos, o adquirir conocimientos, en las disciplinas de antropología, semiología, historia, psicología, literatura, lingüística, política, filosofía, teorías de comunicación, ética; para lograr una mejor perspectiva de quienes emiten los mensajes y de quienes los reciben.
5. Tener suficientes argumentos y juicios de razón respecto a la multiculturalidad, la interculturalidad, la pertinencia cultural. De esta manera puede dar apreciaciones objetivas y abordar sobre las bondades o efectos en la incorporación de elementos culturales en la producción de mensajes.
6. Lograr, en conjunto con los emisores de mensajes, que los elementos de un mensaje tengan equilibrio para evitar tensiones entre los aspectos semánticos, funcionales y estéticos.
7. El comunicador intercultural debe conocer la intrínseca relación ser humano-naturaleza de la cosmovisión del pueblo maya, garífuna y xinka. Debe conocer lo que eso significa. De esta manera logrará que los mensajes también reflejen esta cosmovisión. Tanto los mensajes cortos como los mensajes extensos reflejan este pensamiento. Reconocerlos requiere de conocer esta concepción. De lo contrario, puede pasar desapercibido.



Conclusiones

- La experiencia de 29 años de trabajo editorial es suficiente material que sirve para enriquecer el proceso de producción de mensajes interculturales. No hay un modelo específico a seguir. Cada caso tendrá sus particularidades. No obstante, hay una guía con la que se podría generar un modelo más adelante. Lo que existe en la editorial son expectativas de lo que podría ser un mensaje intercultural ideal. Pero, siempre van a existir inconvenientes en temas tan subjetivos como los mensajes y sus elementos; lo que denotan y connotan.
- Es de suma importancia conocer los conceptos propios del contexto multicultural guatemalteco. Ya que estos son útiles para la producción de comunicación gráfica (registro verbal). Si se desconocen o se utilizan otros conceptos se pueden generar conflictos culturales que repercuten en la convivencia social. Hace más tensas las relaciones y segrega a diferentes grupos sociales.
- Los diferentes elementos visuales de las culturas guatemaltecas pueden ser aplicados en la comunicación gráfica (registro visual). Solo es cuestión de que las personas encargadas de comunicación hagan inmersión en las culturas guatemaltecas. Es muy seguro que los resultados sean mucho más satisfactorios, con mayor identidad y mejor apreciados por las personas. Los elementos visuales dotan de riqueza a los mensajes. Fomentan la interculturalidad, el prestigio social y la aceptación de diferentes grupos.
- El proceso de producción de mensajes interculturales requiere de múltiples conocimientos, entre ellos: antropológicos, psicológicos, económicos, lingüísticos, didácticos, entre otros. Es muy importante que todo comunicador o diseñador realice una ruta con criterios que le ayuden a analizar y seleccionar cada elemento a utilizar. De esta manera los mensajes contribuirán a la interculturalidad. La interculturalidad en los mensajes solo es posible si existe interés de quienes emiten los mensajes para conocer a sus destinatarios. Además, este trabajo puede servir de ruta que se pueden complementar con más criterios dependiendo del contexto de aplicación.
- Se especificaron criterios que contribuyen para la validación de los mensajes que se emiten. Este trabajo, además de fijar una ruta, detalla los criterios con los que se pueden evaluar los distintos mensajes que se pretenden que sean interculturales. Estos pueden variar, pueden



cambiarse y pueden mejorarse. Todo sea en la búsqueda de una buena práctica intercultural en los mensajes.

- La interculturalidad es una actitud que debe construirse. Esta se logra a través de la práctica, a través del constante acercamiento con otras culturas. Pero debe cuidarse de que el acercamiento hacia las culturas no sea en detrimento de estas. Más bien, debe ser un acercamiento recíproco, de mutuo conocimiento y consenso. La interculturalidad debe ser una búsqueda incansable. En Guatemala falta mucho para la construcción, el fomento y la práctica de la interculturalidad. Esos son los retos del comunicador o del diseñador: encontrar formas de hacer la interculturalidad visual y buscar la manera de fomentarla en la práctica. No es suficiente con colocar elementos guatemaltecos aisladamente. Estos deben cargar significatividad. El comunicador es fundamental en este proceso.



Recomendaciones

- El comunicador de mensajes en contextos como el de Guatemala debe tener buen uso de criterios que no generen conflictos culturales. Debe conocer diferentes elementos de diferentes culturas, saber usarlos y aplicarlos. Debe ser empático y mediador. En otras palabras, debe ser intercultural para que los mensajes tengan repercusión positiva en sus receptores. Se debe tener actitud de formador y mucha paciencia. Quien hace mensajes interculturales y conoce sobre cómo hacerlos debe ser paciente y humilde. No debe asumir una actitud soberbia y tratar a las personas de ignorantes. Se debe entender que, por el contexto, hay actitudes y mentalidades tan arraigadas que son muy difíciles de cambiar. Entiéndase que se dice difíciles y no imposibles.
- Debe cuidarse el manejo de términos y conceptos, que, por pragmática, son utilizados inadecuadamente. Conceptos que se han vuelto de uso común, incluso, por personas letradas o indígenas defensores de derechos. El hecho de que la mayoría lo use no significa que sea correctamente utilizado. Se debe reeducar en el uso de ellos para que también se comience a cambiar la forma de pensar hacia determinadas cosas, hacia determinadas personas o hacia determinados grupos sociales y culturales.
- Los mensajes interculturales no son aquellos en los que se colocan algún tejido maya, algún glifo o algo perteneciente a los pueblos indígenas. La interculturalidad en los mensajes va más allá. Busca equidad, unidad, equilibrio armonía, no solo visualmente sino también en la denotación y connotación. Trata de no jerarquizar ni de crear divisiones culturales y sociales. Los mensajes interculturales tienden a promover y fortalecer las prácticas de respeto y armonía entre pueblos y culturas. Buscan cambiar paradigmas y constructos sociales en la búsqueda del bien común.
- Todo trabajo debe planificarse, plantearse los que y los cómo. Estos son los que generan las rutas, los métodos, las técnicas, las experiencias. Si un mensaje no es planificado, en su producción, es muy probable que no sea un mensaje pertinente, ni eficiente ni eficaz. Durante los años de experiencia se ha notado que tener un plan y una ruta son de mucha ayuda para abordar con mayor propiedad la producción de mensajes interculturales.
- Se recomienda a las personas interesadas en hacer mensajes interculturales ser resilientes y perseverantes. Pues habrá muchos obstáculos y barreras por superar. Para ello se debe tener



una firme convicción de lo que se desea alcanzar. Teniendo clara la meta y claros los criterios para hacer un mejor trabajo, se logrará construir mensajes interculturales, incluso, en situaciones adversas. Es decir, con personas o grupos a las que no les interesa el tema.

- La prueba y el error son recomendables, pero también debe haber criterios para saber identificar un error. Toda la experiencia se construye a través de los aprendizajes que dejan los errores. Hacer mensajes interculturales no es difícil, solo es nuevo.



Referencias

- Albó, X. (1998). *Expresión indígena, diglosia y medios de comunicación. En Lopez, L. y Jung, I. (Comp.). Sobre las huellas de la voz*. Madrid: Ediciones Morata.
- Alisedo, G., Melgar, S., & Chiocci, C. (2004). *Didáctica de las ciencias del lenguaje*. Argentina: Paidós.
- Azmitia, Ó. (2002). *Contexto sociocultural de Guatemala y realidad educativa*. Guatemala: MINEDUC.
- Baños, R. (2008). *La competencia comunicativa intercultural. Un estudio en el primer ciclo de la Educación Secundaria Obligatoria*. España: MINISTERIO DE EDUCACIÓN, POLÍTICA SOCIAL Y DEPORTE.
- Barabas, A. (2014). Multiculturalismo, pluralismo cultural y interculturalidad en el contexto de América Latina: la presencia de los pueblos originarios. (C. d. Sociais, Ed.) *Configurações, Revista de sociologia*(14), 4-5.
- Barthes, Bremond, et al. (1974). *La semiología*. Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- Bassat, L. (1993). *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: DeBolsillo.
- Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es el diseño editorial?* Barcelona, España: Index Book S.L.
- Blas, O. (2015). *Diseño de un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social*. Guatemala: Universidad Galileo.
- Bringhurst, R. (2008). *Los elementos del estilo tipográfico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Buxó, J. (1991). *Antropología de la mujer*. Barcelona: Anthropos.
- Calán, S. (2016). *Propuesta: comunicación intercultural para Chichicastenango, Departamento de Quiché*. Guatemala: USAC.
- Castellanos, A. (2009). *La publicidad y el diseño gráfico, aliados creativos en la comunicación visual*. Guatemala: USAC.



- Cojtí, D. (2015). *Tijonik pa Ka'i' Na'oj pa Ka'i' Tzijob'al - Descolonización y Educación Bilingüe*. Guatemala: Maya' Wuj.
- Cojtí, Matul, De León, et al. (2012). *Pueblos Indígenas y Servicios Públicos*. Guatemala: AGAAI.
- Comisión Paritaria de Reforma Educativa. (1998). *Diseño de Reforma Educativa - Runuk'ik jun K'ak'a Tijonik*. Guatemala: Mineduc.
- Contreras, K. (2014). *La comunicación intercultural y su aplicación en el noticiero radial Maya K'at -Red Maya- (De la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER)*. Guatemala: USAC.
- DICADE. (2007). *Curriculum Nacional Base*. Guatemala: MINEDUC.
- Dijk, T. A. (1978). *La ciencia del texto*. Barcelona, España: Paidós Ibérica, S,A.
- Eco, U. (1994). *Signo*. Colombia: Letra E.
- Escalante, A. (2006). *Elementos gráficos en las carátulas de los libros español y estudios sociales para primero básico serie aula creativa de editorial Santillana*. Guatemala: USAC.
- Fischer, E. (2001). *Cultural logics and global economics: Maya identity in thought and practice*. Austin, Texas: University of Texas Press.
- Flores Magón y Jiménez, H. (2014). *El diseño como estrategia, interdisciplina y multialteridad*. México: Editorial Universitaria, Universidad de Guadalajara.
- Fonseca, M. d. (2005). *Comunicación oral, Fundamentos y práctica estratégica*. México: Pearson Educación.
- García, H. (2015). *El afiche: una pieza de comunicación gráfica*. Guatemala: USAC.
- Gobierno de Guatemala y URNG. (2008). *Taqanem pa Kiwi' Qawinaq, Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas*. Guatemala: Maya' Wuj.
- Hernández, C. (2004). *La comunicación visual en los libros de texto para primaria*. Guatemala: USAC.



- Interiano, C. (2007). *Elementos de Persuasión*. Guatemala: Editorial Estudiantil Fenix.
- Millán, M. (S/F). *Modelo y teorías de la comunicación*. Universidad de Londres.
- Ministerio de Obras Públicas. (2016). *Guía de Diseño Arquitectónico Aymara*. Santiago de Chile: Ministerio de Obras Públicas.
- Morales, E. (2011). *Nacimiento, definición y desarrollo de un producto de comunicación gráfica*. Guatemala: USAC.
- Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología Proyectual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Muñoz, B. (2005). *Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas* (segunda ed.). España: Editorial Fundamentos.
- Ortuño, M. (2005). *Teoría y práctica de la lingüística moderna*. México: Trillas.
- Portocarrero, F., & Natalia, G. (2009). *Redacción profesional*. España: Netbiblo, S.L.
- Rizo, M., & Vivian, R. (2006). Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales. *ecompos*, 2-19.
- Rodriguez, R. (20 de Agosto de 2018). Nawal Wuj Nawal Samaj S.A. *Presentación de Empresa*. Guatemala.
- Ruth Moya, e. a. (2009). *Interculturalidad, educación y ciudadanía*. (L. E. López, Ed.) Bolivia: Plural Editores.
- UNESCO. (1997). *Nuestra Diversidad Creativa*. España: Ediciones SM.
- UNESCO. (2010). *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. Place de Fontenoy, Francia.
- Valbuena, W. (Julio-Diciembre de 2016). ¿Cómo estudiar la interculturalidad desde el diseño? No hay interculturalidad sin creatividad. *Arquetipo*, 13, 9-35.
- Velásquez, C. (2011). *Comunicación, semiología del mensaje oculto*. Guatemala: Eco Ediciones.



Velásquez, C. (2012). *Teoría de la mentira*. Guatemala: Eco Ediciones.

Zanón, D. (2007). *Introducción al diseño editorial*. España: Editorial Vision Net.

Egrafías

RAE. (2005). *Mayúsculas*. Recuperado el 21 de abril de 2019, de Diccionario Panhispánico de Dudas: <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?id=BapzSnotjD6n0vZiTp>

RAE. (octubre de 2014). *Diseño*. Recuperado el 15 de octubre de 2018, de Diccionario de la lengua española: <http://dle.rae.es/?id=DuKP0H9>

RAE. (2017). *Dialecto*. Recuperado el 6 de enero de 2017, de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=DeWvE0K>

RAE. (2017). *Idioma*. Recuperado el 6 de enero de 2017, de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=KuMp7nw>

RAE. (2017). *Lengua*. Recuperado el 6 de enero de 2017, de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=N77BOIl>

RAE. (25 de 3 de 2018). *Típico*. Obtenido de Diccionario de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/?id=ZpDHEcW>

Gularte, E. (2009). *El diálogo intercultural a través de la comunicación visual en Guatemala*. Monografía. Recuperado el 2 de agosto de 2006, de <https://es.scribd.com/doc/12765844/El-dialogo-intercultural-a-traves-de-la-comunicacion-visual-en-Guatemala>

UNESCO. (2014). *Día Mundial de la Libertad de Prensa 2014*. Recuperado el 3 de agosto de 2017, de Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday200900/themes/the-role-of-media-in-intercultural-dialogue/>



Anexo 1

Documentos legales

Patente de Comercio de Sociedad Nawal Wuj Nawal Samaj.

En él se describe la razón de la empresa y su objeto o servicios que presta.

Patente de Comercio de Sociedad
REGISTRO MERCANTIL DE LA REPUBLICA
GUATEMALA, C. A.

La Sociedad **No.13335 -02/08**

NAWAL WUJ NAWAL SAMAJ, SOCIEDAD ANONIMA

Fue inscrita bajo el número de Registro 34177 Folio 307 Libro 121 de Sociedades

Expediente 2952 - 1997 Nacionalidad GUATEMALTECA

Inscripción Provisional 17 FEBRERO 1997
Día Mes Año

Inscripción Definitiva 19 MAYO 1997
Día Mes Año

Dirección de la Entidad 5TA. CALLE I-61, ZONA 1, GUATEMALA, GUATEMALA

Objeto COMPRA, VENTA DE LIBROS NUEVOS Y USADOS, DE ARTESANIAS, DE CUALQUIER EQUIPO PARA OFICINA, DE MOBILIARIO, FABRICACION, COMERCIALIZACION DE
PRENDAS DE VESTIR, COMPRA Y VENTA DE EQUIPO DE COMPUTACION DE HERRAMIENTAS PARA JOYERIAS, FABRICACION, COMERCIALIZACION, DISTRIBUCION DE
JOYAS, EDICION Y DISTRIBUCION DE LIBROS, AUDIO-LIBROS, MATERIALES EDUCATIVOS EN GENERAL, PRODUCCION DE MATERIALES AUDIO-VISUAL
DOCUMENTALES, SPOTS PUBLICITARIOS Y SPOTS RADIALES, IMPRESION DE LIBROS, TODO TIPO DE MATERIAL IMPRESO, REALIZAR CONSULTORIAS DE ASESORIA EN
LOS RAMOS DE PUBLICIDAD Y EDITORIAL, EDICION Y DISTRIBUCION DE LIBROS, AUDIO LIBROS, JUGUETES EDUCATIVOS Y MATERIALES EDUCATIVOS EN GENERAL,
PRODUCCION DE MATERIALES AUDIO-VISUAL, DOCUMENTALES, SPOTS PUBLICITARIOS Y SPOTS RADIALES, DISTRIBUCION DE LIBROS Y MATERIALES DIDACTICOS DE
EDITORIALES NACIONALES Y EXTRANJERAS IMPRESION DE LIBROS, REVISTAS, APICHES, TRIPLIARES, VOLANTES Y TODO TIPO DE MATERIAL IMPRESO, REALIZAR
CONSULTORIAS DE ASESORIA EN LOS RAMOS DE PUBLICIDAD Y EDITORIAL, Y OTROS QUE CONSTAN EN LA ESCRITURA SOCIAL.

Fecha de emisión de esta Patente: Guatemala 30 de NOVIEMBRE de 2009.

HECHO POR: ILIANA IBIZA GALICIA MONROY / 981361

Pago realizado según Boleta No.:

Lic. César Augusto Sierra Méndez
Registrador Mercantil Auxiliar
Registrador Mercantil General de la República

NOTA: Esta patente deberá ser colocada en lugar visible.

IMPRESO POR EDITORIAL S. A. AGENTE AUTORIZADO REG. #15880-A - 1998-01-15 TEL. (021) 2217-0000 - 2217-0000 - 1536-361 R. N. 12,001 R. N. 20,000 10/10/09

Fuente: archivo Maya' Wuj

Patente de Comercio Maya' Wuj

Esta patente explica detalladamente los servicios que presta, específicamente, la Editorial Maya' Wuj. También detalla que es propiedad de la Nawal Wuj Nawal Samaj S.A.

Patente de Comercio de Empresa REGISTRO MERCANTIL DE LA REPUBLICA GUATEMALA, C. A.		No. 67487 -01/09
La Empresa Mercantil		
EDITORIAL MAYA' WUJ		
Fue inscrita bajo el número de Registro	448568	Folio 529 Libro 410 de Empresas Mercantiles
Número de Expediente	14511 - 2007	Categoría UNICA
Dirección Comercial	5TA. CALLE 1-61 ZONA 1, GUATEMALA, GUATEMALA	
Objeto	EDICION Y DISTRIBUCION DE LIBROS AUDIO-LIBROS JUGUETES EDUCATIVOS Y MATERIALES EDUCATIVOS EN GENERAL. PRODUCCION DE MATERIALES AUDIO-VISUAL, DOCUMENTALES, SPOTS PUBLICITARIOS Y SPOTS RADIALES, DISTRIBUCION DE LIBROS Y MATERIALES DIDACTICOS DE EDITORIALES NACIONALES Y EXTRANJERAS, IMPRESION DE LIBROS, REVISTAS, AFICHES, TRIFOLIARES, VOLANTES Y TODO TIPO DE MATERIAL IMPRESO, REALIZAR CONSULTORIAS DE ASESORIA EN LOS RAMOS DE PUBLICIDAD Y EDITORIAL.	
Fecha de Inscripción	22	MARZO 2007
Nombre Propietario (s)	NAWAL WUJ NAWAL SAMAJ, SOCIEDAD ANONIMA	
Nacionalidad	GUATEMALTECA	Documento de Identificación *****
Extendida en	*****	Orden *****
Dirección de Propietario	5TA. CALLE 1-61, ZONA 1, GUATEMALA, GUATEMALA	Departamento *****
Clase de Establecimiento	SOCIEDAD MERCANTIL	Representante GERENTE GENERAL Y REP. LEGAL
Fecha de emisión de esta Patente:	Guatemala 08 de DICIEMBRE de 2009.	
HECHO POR:	MARIO AGUSTIN ARDON FERNANDEZ / 986104 / 981363	Registrador Mercantil General de la República
NOTA: Esta patente deberá ser colocada en lugar visible.		

IMPRESO POR FORCON, S. A. AGENTE AUTORIZADO NIT: 410804-6 - 0000302 - TEL.: (02) 2327-8908 - 2327-8908 - 25 M. DEL NO. 52, 001 AL NO. 75, 000 DEL 000

Fuente: archivo Maya' Wuj

Anexo 2

Elementos culturales comunes en diferentes idiomas

Breve Explicación de los nawales mayas. Si se desea ampliar la información puede consultar Ch'umilal Wuj – Libro del destino de Carlos Barrios, Editorial Maya' Wuj 2015.



Imox, Lagarto, Inteligencia. Significa la parte sutil, intuitiva y creadora del ser humano. Es la inspiración que nos impulsa a ser mejores cada hora y cada momento de nuestra existencia.



Iq', Aliento, Vida. Significa el aliento continuo e infinito de la vida. Es el sopro sagrado, suave y apacible purificador del cuerpo, mente, espíritu y de las emociones. Trae vientos de cambios.



Aq'ab'al, Amanecer, Anochecer. Simboliza las dos polaridades de la energía luminosa, luz y oscuridad. Día para agradecer el fuego sagrado de nuestro interior y de nuestro Pueblo. Agradecer la luz.



K'at, Red, Fuego. Es el tejer y entretejer de la vida. Cada uno entreteje su propia vida. Día para profundizar los conocimientos y la unidad de la familia, comunidad, y de los Pueblos guatemaltecos.



Kan, Serpiente. Mide la fuerza y energía de todo lo existente. Indica la evolución del mundo. Día propicio para construir el equilibrio de nuestra vida, y mejorar la relación con la familia.



Kame, Muerte, Renacimiento. Desarrolla la energía de la noche para dar luz al otro día. Es el renacimiento a una nueva vida. Día para tener contacto con los ancestros y su milenaria sabiduría.



Kej, Venado, Autoridad. Es la fuerza y energía de los cuatro puntos cardinales que se necesitaron para la creación del mundo. Día para estar en armonía con la naturaleza y fomentar la lealtad.



Q'anil, Germen, Vida, Creatividad. Es la semilla de la vida como principio de la unidad del mundo. Simboliza los cuatro colores del maíz: rojo, blanco, negro y amarillo. Representa la fertilidad.



Toj, Lluvia, ofrenda. Es el agradecimiento a Tz'aqol-Creador, a B'itol-Formador, a nuestra Madre Tierra y a todo el universo por nuestra vida, movimiento, imaginación, talentos y creatividad.



Tz'i', Justicia. Protector de la ley material y espiritual. Representa el orden y la exactitud. Es el día para arreglar los problemas legales, agradecer la bendición divina y la fortaleza.



B'atz', Mono. Representa el principio y el fin del hilo de la vida. Día propicio para el arte, la creación y para desarrollar el hemisferio creativo e intuitivo de nuestro cerebro. Es tiempo de potenciar la sabiduría.



E, Diente. Indica camino, destino y desarrollo de la vida. Es la potencia, fuerza y energía para el inicio de un trabajo o viaje. Es el mejor día para iniciar cualquier negociación o viaje largo o corto.



Aj, Caña, Abundancia. Retoño de la existencia y su desarrollo para alcanzar la unidad. Es el triunfo del bien sobre el mal. La energía de Aj genera proactividad, liderazgo personal y social.



I'x, Jaguar, Vitalidad. Representa las revelaciones divinas. Día propicio para agradecer el trabajo creativo de las mujeres. Un día para meditar y replantearse la vida, y resolver problemas.



Tz'ikin, Ave, Águila, Libertad. Es conciencia global. Visión a largo plazo. Representa todo lo que hay en el espacio: el aire, las nubes, el frío y el calor. Es el mejor día para el amor, para crear abundancia, tanto en lo particular como en lo comunitario. Construir parejas y amistades.



Ajmaq, Búho. Día para construir la armonía con nosotros mismos, con la familia, y con nuestra sociedad multiétnica, multilingüe. Día propicio para dar y pedir perdón, expiar nuestras culpas, evitar la confrontación.



No'j, Conocimiento, Sabiduría. Es el desarrollo y relación de las fuerzas para alcanzar de la perfección. Día para tomar decisiones y del Consejo. Día para convertir los conocimientos en sabiduría.



Tijax, Pedernal. Día para agradecer la salud, para curar enfermedades difíciles. Día para retirar enemistades y energías negativas. Energía para construir nuestro equilibrio y fortalecer nuestra salud física, emocional, mental y espiritual.



Kawoq, Tempestad. Día en que las Abuelas y Abuelos vencieron todos los obstáculos y problemas personales y sociales. Día para mejorar nuestra convivencia familiar. Para construir relaciones de respeto y armónica en la Guatemala multiétnica y multilingüe.



Ajpu, Cerbatanero. Día para obtener certeza y seguridad para planificar y lograr nuestras metas. Día de renovación, para tener seguridad emocional y acrecentar el intelecto. Es el día para tener la energía, el valor y la energía para vencer los obstáculos.

Fuente: archivo Maya' Wuj



Números mayas

0	1	2	3	4
	•	• •	• • •	• • • •
5	6	7	8	9
—	— •	— • •	— • • •	— • • • •
10	11	12	13	14
=	= •	= • •	= • • •	= • • • •
15	16	17	18	19
=	= •	= • •	= • • •	= • • • •

Fuente: Archivo Maya' Wuj

Nombres de los días del calendario maya en 4 idiomas mayoritarios

	Mam	K'iche'	Kaqchikel	Q'eqchi'
1	B'atz'	B'atz'	B'atz'	B'atz'
2	B'e	E	Ey	B'e
3	Aj	Aj	Aj	Aj
4	I'x	I'x	B'alam	Hix
5	Tz'uchin	Tz'ikin	Tz'ikin	Tz'unun
6	Ajmaq	Ajmaq	Ajmaq	Ajmaak
7	No'j	No'j	No'j	Na'leb'
8	Ch'ij	Tijax	Tijax	Tib'el
9	Kyoq	Kawoq	Kawoq	Kaaq
10	Ajpu	Ajpu	Ajpu	Ajpuub'
11	Imx	Imox	Imox	Tz'e mooch'
12	Iq'	Iq'	Iq'	Iq'
13	Ob'al	Aq'ab'al	Aq'ab'al	Ak'ab'
14	Ky'ech	K'at	K'at	K'at
15	Kan	Kan	Kan	K'anti'
16	Ky'mex	Kame	Kamey	Kamik
17	Chej	Kej	Kej	Kej
18	Q'anil	Q'anil	Q'anel	Q'anil
19	Choj	Toj	Toj	Toj
20	Tx'i'	Tz'i'	Tz'i'	Tz'i'

Fuente: archivo Maya' Wuj



Los números mayas del 1 al 20 en 4 idiomas mayoritarios

	Mam	K'iche'	Kaqchikel	Q'eqchi'
1	Jun	Jun	Jun	Jun
2	Kab'	Ka'ib'	Ka'i'	Kiib'
3	Ox	Oxib'	Oxi'	Oxib'
4	Kyaj	Kajib'	Kaji'	Kaahib'
5	Jwe'	Jo'ob'	Wo'o'	Oob'
6	Qaq	Waqib'	Waqi'	Waqib'
7	Wuq	Wuqub'	Wuqu'	Wuqub'
8	Wajxaq	Wajxaqib'	Wajxaqi'	Waqxaqib'
9	B'elaj	B'elejeb'	B'eleje'	B'eleeb'
10	Laj	Lajuj	Lajuj	Lajeb'
11	Junlaj	Julajuj	Julajuj	Junlaju
12	Kab'laj	Kab'lajuj	Kab'lajuj	Kab'laju
13	Oxlaj	Oxlajuj	Oxlajuj	Oxlaju
14	Kyajlaj	Kajlajuj	Kajlajuj	Kaalaju
15	Jwelaj	Jolajuj	Wolajuj	Ho'laju
16	Qaqlaj	Waq'lajuj	Waq'lajuj	Waq'laju
17	Wuqlaj	Wuqlajuj	Wuqlajuj	Wuqlaju
18	Wajxaqlaj	Wajxaqlajuj	Waqxaqlajuj	Waqxaqlaju
19	B'elajlaj	B'elejlajuj	B'elejlajuj	B'eleelaju
20	Junk'al	Juk'al	Juk'al	Junmay

Fuente: archivo Maya' Wuj

Meses del Calendario Ab'



Fuente: archivo Maya' Wuj



Anexo 3

Glosario sobre la diversidad étnica y cultural utilizados en esta monografía

Estos conceptos que se consignan a continuación han sido seleccionados para que el lector de este trabajo conozca a lo que se refieren determinados términos. Es una selección hecha del trabajo **Choltzij pa kiwi' Amaqi'** - Glosario sobre la Diversidad Étnica². Es de suma utilidad leerlo y analizarlo pues, en veces, se tiene una idea falsa de estos conceptos. O, se han escuchado más no se conoce adecuadamente su significado.

Comunidad étnica

Este concepto, por lo general, se utiliza para referirse como sinónimo de comunidades y pueblos indígenas o para referirse a sus culturas e identidades. De igual forma se utilizan los términos “grupo étnico”, “representantes étnicos”. En Guatemala, estos términos se perciben con cierto sentido folklórico y racista, porque única y exclusivamente se están utilizando para identificar a pueblos indígenas, a sus culturas y sus identidades, y no en su sentido correcto que incluye también a otros pueblos. Las dependencias públicas que utilizan este concepto lo relacionan con cultura, etnia e identidad étnica (SEGEPLAN, 2007: 92).

Para superar esa manera de usar “comunidad étnica”, sugerimos utilizar pueblos indígenas y comunidad lingüística o sus nombres específicos: Pueblo Maya, Pueblo Garífuna, Pueblo Xinka, Comunidad K'iche', Comunidad Mam Comunidad Itza', Comunidad Q'eqchi', otros.

Comunidad lingüística

Una comunidad lingüística *"es el conjunto de personas que poseen, reconocen y utilizan un idioma común, ya sea en un espacio territorial, social o cultural específico"* (Ley de Idiomas Nacionales Dto. 19-2003, Art. 5). La legislación reconoce que el Pueblo Maya en Guatemala tiene 22 comunidades lingüísticas. Los pueblos Ladino, Garífuna y Xinka son a la vez comunidades

² Este trabajo fue realizado por Cojtí, Demetrio, et al. Fue una coedición de Secretaría de la Paz - SEPAZ- Cholsamaj y Consejo Nacional para los Acuerdos de Paz -CNAP-; publicado en el 2010.



lingüísticas pues poseen idioma propio. Guatemala tiene en total 25 comunidades lingüísticas (INE, 2009: 35).

La Comunidad Lingüística designa al conjunto de personas que utilizan un idioma determinado y las mismas reglas de comunicación para interactuar. El concepto de comunidad lingüística se utiliza como sinónimo de grupo etnolingüístico, nacionalidad, expresión cultural y se refiere a las 25 comunidades con idioma propio, incluyendo la comunidad hispanohablante. El término comunidad ha sido usado para hacer referencia a aldeas, cantones, localidades, municipios o sectores de la sociedad civil y del Estado. (COPARE, 1998: 124).

La existencia de 25 comunidades lingüísticas no corresponde con los 22 departamentos de la división política administrativa del Estado de Guatemala. La mayoría de departamentos incluyen por lo menos dos comunidades lingüísticas. El último censo oficial sobre población indica que en 168 municipios viven población maya en cifras significativas (INE, 2002). El caso más representativo de la no correspondencia entre las comunidades lingüísticas y los departamentos lo constituye el departamento de El Quiché, incluye seis comunidades lingüísticas: K'iche', Ixil, Q'eqchi', Uspanteko, Sakapulteko y Castellano hablante.

Reordenar la división política administrativa del país para que responda a la diversidad lingüística existente, es un compromiso establecido en los Acuerdos de Paz. Constituye parte de la agenda pendiente para la regionalización administrativa basada en la descentralización y desconcentración, a partir de criterios históricos, económicos, sociales, culturales, lingüísticos y ambientales.

Estado

Es una sociedad política y jurídicamente organizada, que ejerce sobre la población y los pueblos (etnias y culturas) que habita su jurisdicción territorial, un poder soberano, libre e independiente. Tiene una estructura institucional a través del que se ejerce el poder y le da capacidad de imponer su voluntad a toda su población y sus pueblos. Actualmente, la *función principal ya no se reduce únicamente al ejercicio del dominio sobre una sociedad* (Ramos y Sosa, 2008: 33), tiene también funciones sociales, económicas y étnicas-culturales para asegurar la equidad, la igualdad y la unidad en la diversidad. De estas nuevas funciones de Estado, se desprenden nuevos conceptos, como el de Estado multinacional, multicultural y plurilingüe, para superar los de Estado monoétnico, monocultural y monolingüe.



En el caso de Guatemala, la Constitución Política de la República (1985: Art. 140) define el **Estado de Guatemala** como *un Estado libre, independiente y soberano, organizado para garantizar a sus habitantes el goce de sus derechos y de sus libertades. Su sistema de Gobierno es republicano, democrático y representativo.*

Estado multinacional

El Estado multinacional **es multicultural y multilingüe**. Está conformado por población de diferentes pueblos (etnias), culturas e idiomas dentro de su territorio. Es una sociedad que está organizada política y jurídicamente para ejercer su poder soberano, libre e independiente, asegurando la unidad del Estado, la democracia multicultural y la diversidad étnica, cultural y lingüística. *Un Estado multinacional tiene dos formas de serlo y demostrarlo: por su estructuración y composición étnica, y por las políticas y programas que implementa* (Cojtí, 2007: 94). Según el PNUD, debe implementar políticas públicas elementales que incluyan las diferencias culturales existentes en su territorio y que aseguren (2004: 47-72):

- a) Los derechos e intereses de los diferentes pueblos y culturas –se trate de minorías o mayorías históricamente marginadas– no sean ignorados ni invalidados por la mayoría o por otros grupos dominantes.
- b) La participación de grupos culturales diversos.
- c) La libertad y neutralidad ante las religiones y prácticas religiosas.
- d) El pluralismo jurídico que incluya los diferentes sistemas jurídicos étnicos y culturales.
- e) El uso de múltiples idiomas.
- f) Acciones afirmativas y positivas para eliminar la exclusión social y económica.

Estado pluricultural y multilingüe

Los pueblos indígenas guatemaltecos definen el Estado pluricultural y multilingüe como aquél que propicia las condiciones para que los pueblos indígenas, afrodescendientes y otras poblaciones social y económicamente discriminadas ejerzan plenamente sus derechos, su identidad, su historia,



su cultura y su modo organizativo en beneficio de todos los habitantes y de la construcción de la unidad del Estado.

Entre las condiciones para establecer el Estado plural y multilingüe están los siguientes:

- Una Constitución política basada en el pensamiento, las leyes y formas de organización política, económica, social y cultural de los pueblos indígenas, afrodescendientes y ladinos.
- Implantar un sistema jurídico pluricultural y multilingüe del país que incluya, legitime, reconozca y lleve a la práctica el derecho indígena para resolver conflictos.
- Diseñar un nuevo modelo económico y de desarrollo que contemple planes macros para las comunidades y pueblos para su propio desarrollo, que modifique sustancialmente el uso y tenencia de los recursos naturales, el patrimonio cultural y el acceso a diferentes tipos de recursos.
- Sustituir el sistema político actual que se caracteriza por autoritario, centralizado, monopólico y monocultural, por un nuevo sistema pluralista en el que no solamente existan partidos políticos de mentalidad occidental, sino también se reconozca el sistema político de los pueblos indígenas y su autonomía para elegir a sus propias autoridades.
- Lograr la plena representación de la diversidad étnica y cultural en los organismos ejecutivo, legislativo y judicial, cuya representación y conducción debería ser plural.
- Los presupuestos generales de gastos del Estado tendrán que contemplar las prioridades de los pueblos indígenas, afrodescendientes, las mujeres y otras poblaciones tradicionalmente excluidas de los presupuestos y las políticas públicas.
- El reconocimiento de la conformación política territorial y administrativa de acuerdo con territorios por comunidades lingüísticas o étnicas.
- La creación por cada Pueblo, de sus propias instituciones y centros educativos con base en su cosmovisión y pensamiento, para formar técnicos, planificadores, proyectistas, economistas, administradores de empresas, juristas, magistrados, políticos y otros profesionales necesarios para compartir el poder político, económico y social (IIDH, 2000: 226-227)



Estereotipos

Son ideas, prejuicios, creencias y opiniones preconcebidas, impuestas por el medio social y la cultura que se aplican en forma general a todas las personas pertenecientes a la categoría a la que hacen referencia, que puede ser nacionalidad, etnia, edad o sexo. Conforman un modelo rígido aplicable a todos los miembros de dicha categoría, desestimando sus cualidades individuales y supeditándolas a él. Los estereotipos, a fuerza de repetirse, adquieren tal fuerza que llegan a considerarse —de modo irreflexivo y generalizado— como verdaderas características de las personas y grupos discriminados. Dan lugar a representaciones, actitudes, sentimientos y acciones de las personas pertenecientes a la cultura dominante y justifican la situación de inferioridad y discriminación social, económica, cultural y política que viven las poblaciones discriminadas (IIDH, 2000: 228).

Los estereotipos condicionan a las personas a ajustarse a las formas de ser del Pueblo y cultura que utiliza los mismos como medio de sobrevivencia. El Pueblo y cultura dominante en Guatemala ha utilizado distintos estereotipos en contra de los pueblos indígenas para justificar una posición privilegiada. Los estereotipos de naturaleza étnica y cultural generalmente forman parte de las políticas de asimilación e integración de los pueblos indígenas. Entre éstos están: pueblos y culturas indígenas calificadas de “inferior” “ignorantes”, “primitivos”, “obstáculos al desarrollo del país”. La práctica de estos estereotipos en contra de las personas y los pueblos indígenas constituyen un rasgo de discriminación y racismo.

Etnocentrismo

Es la actitud o tendencia por considerar al propio Pueblo, cultura y sociedad como superiores. Generalmente, la propia cultura y sociedad sirven de referencia para juzgar a las otras y propicia actitudes de intolerancia, falta de solidaridad y discriminación (1998: 125).

Etnocentrismo es sinónimo de autocentrismo étnico o cultural. Este concepto fue definido en 1906 por W.G. Summer como la concepción del mundo según la cual el Pueblo y la cultura al que se pertenecen es el centro, y los demás pueblos y culturas son pensados por referencia a él. Se manifiesta como elogio de lo propio y desprecio de lo ajeno. El etnocentrismo, en su expresión



radical, es etnocidio, porque tiende a la fobia de lo diferente y al “odio al otro” (Levy Strauss, citado por IIDH, 2000: 230).

El etnocentrismo se mantiene en algunos círculos del Estado, académicos, políticos, empresariales, sociales y religiosos que se resisten a los cambios positivos a favor de los pueblos indígenas y las minorías étnicas.

Grupo étnico

Es una población que se identifica a sí misma y que es identificada por los demás en función de elementos étnicos y culturales comunes tales como el idioma, la religión, forma de entender e interpretar el mundo y el universo, principios y valores, expresiones artísticas, etc. o la combinación de estos y otros elementos. Asimismo, comparten un sentimiento común de identidad. (Stavenhagen, 1999). *Los grupos étnicos que tienen estos elementos, también pueden ser reconocidos como pueblos, naciones o comunidades, según los distintos contextos y circunstancias* (CEPAL, 2008).

La definición de grupo étnico es lo suficientemente amplia como para incluir a un Pueblo indígena, (...) un Pueblo afrodescendiente u otro. Sin embargo, es necesario reconocer que esta definición puede ser abordada desde una multiplicidad de discursos “identitarios” (CEPAL, 2008, negrilla agregado nuestro). *Por lo tanto, es necesario tener presente que las mediciones que realizan los censos y encuestas, son el resultado de la decisión adoptada por un “observador externo”. Se trata entonces de construir definiciones sobre las cuales exista un cierto grado de consenso* (INE, 2009: 36).

Inicialmente, la Constitución Política de 1985, definió a los pueblos indígenas como “grupos étnicos”. Luego, se superó dicha definición por el significado de minorías demográficas que implicaba, y se pasó al concepto de “pueblos”; categoría que fue reconocida en el AIDPI y en la Ley de Idiomas Nacionales. El AIDPI reconoció tanto la unidad cultural e histórica del Pueblo Maya como sus diferenciaciones internas, a través del reconocimiento de sus comunidades lingüísticas.

Los documentos públicos que recurren al uso del concepto de “grupo étnico”, lo hacen generalmente para señalar que se trata de pueblos indígenas. Es utilizado a la par de otros factores



como la edad, el género y la ubicación geográfica rural o en asentamientos (SEGEPLAN, 2007: 91).

Interculturalidad

La **interculturalidad** se refiere a la interacción entre culturas, de una forma respetuosa, donde se concibe que ningún grupo cultural esté por encima del otro, favoreciendo en todo momento la integración y convivencia entre culturas. La interculturalidad tiene aplicación en diferentes hechos o situaciones según la disciplina científica en la que se aplica: educación, comunicaciones, salud, para mencionar algunos. Los antecedentes de la interculturalidad provienen desde los años 50 del siglo pasado en Estados Unidos y España.

Libertad cultural

Es la facultad que tienen las personas de elegir su identidad y practicar su cultura. Frase compuesta por el vocablo libertad, que significa la facultad que tiene el ser humano de obrar de una manera o de otra, o de no obrar; y del término cultura. Libertad cultural es un término recientemente acuñado (2004) por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, como producto de las luchas étnicas y culturales en el mundo.

La libertad cultural es una parte fundamental del desarrollo humano, pues para vivir una vida plena es importante poder elegir la identidad propia -lo que uno es- sin perder el respeto por los demás o verse excluido de otras alternativas. Es necesario que la gente cuente con la libertad para practicar su religión en forma abierta, para hablar su lengua, para honrar su legado étnico o religioso sin temor al ridículo, al castigo, al rechazo o a la restricción de oportunidades. Es necesario que la gente cuente con la libertad de participar en la sociedad sin tener que desprenderse de los vínculos culturales que ha escogido. Asimismo, (...) la libertad cultural no está circunscrita sólo al ámbito cultural, sino que afecta también los éxitos y fracasos en el ámbito social, político y económico (PNUD, 2004: 13).

La libertad cultural es que la gente pueda vivir y ser aquello que escoge y contar además con la posibilidad adecuada de optar también por otras alternativas (Ibíd.: 4). En este sentido, el Estado debe reconocer y acoger las identidades culturales de los pueblos y las personas deben ser libres para expresar sus identidades sin ser discriminadas en otros aspectos de sus vidas (PNUD, 2004:



5). Asimismo, implica *políticas explícitas que aborden las negaciones de la libertad cultural, vale decir, políticas multiculturales* (Ibíd.: 7).

La reivindicación del derecho a la libertad cultural está impulsada y determinada por la expansión de la democracia, gracias a la cual los movimientos cuentan con más espacio político para protestar y proponer. Ejemplo, contra el avance de la globalización. Esta crea nuevas redes de alianzas y presiona -por la vía de la uniformización cultural- al mantenimiento y desarrollo de las especificidades culturales.

Monoculturalismo

Es la ideología y práctica basada en el etnocentrismo de una etnia y cultura específica por considerarse superior o la única existente en una sociedad o Estado. Por lo tanto, organiza política, jurídica e institucionalmente al Estado, únicamente con representación de su etnia y cultura. Implica homogeneización cultural a través de políticas implícitas o explícitas de absorción, asimilación e integración de las demás culturas existentes en la sociedad. Sólo permite mantener, desarrollar y adquirir una única dentro de la sociedad y el Estado. En otras palabras, cualquier persona o grupo social debe integrarse a la cultura dominante para ser parte de la sociedad y Estado. Implica que las personas de las demás culturas deben abandonar sus formas y expresiones culturales propias, deben sacrificar su identidad cultural propia. Postula que la integración a la dominante les permitirá a las personas de otras culturas ser parte de la “superior”, de ser parte de una desarrollada y consecuentemente alcanzar el estatus de igualdad. Sin embargo, se ha demostrado durante centurias que esta condición de igualdad inmediatamente no es posible, porque antes implica llegar a la extinción total de las demás culturas para alcanzar el estatus de igualdad.

El monoculturalismo ha sido la ideología a partir de la que se han conformado los Estados liberales. En contraposición al monoculturalismo surge el multiculturalismo.

Según el Instituto Interamericano de Derechos Humanos, el **monoculturalismo** es la *Articulación de una sociedad alrededor de una sola cultura. El monoculturalismo fue durante mucho tiempo la norma de la educación dirigida a los pueblos indígenas, especialmente después de 1770, cuando el rey Carlos III emitió una Real Cédula en la cual ordenaba “que de una vez se llegue a conseguir el que se extingan los diferentes idiomas de que se usa en los mis dominios, y sólo se hable el*



castellano”, objetivo perseguido asimismo por las nacientes repúblicas independientes durante el siglo diecinueve. Conforme se fue extendiendo la educación pública impartida por el Estado, ésta tenía por meta castellanizar a los indios e introducir la lectoescritura desde el nivel de la escuela primaria (preprimaria en algunos casos), solamente en español, considerado como la lengua nacional y oficial en los países hispanoparlantes (IIDH, 2000: 244).

En Guatemala, una política del monoculturalismo fue el Programa Nacional de Castellанизación impulsado por el Estado; el mismo finalizó formalmente en 1984. Programa que se transformó en el Programa Nacional de Educación Bilingüe Intercultural, PRONEBI, y constituyó el paso incipiente en el sector educación, para abandonar el monoculturalismo.

Pueblo

Se entiende por Pueblo a la nación constituida por *“el conjunto de personas de un mismo origen étnico, que generalmente hablan un mismo idioma y tienen una tradición común”*. No tiene la connotación de “minoría” como si la tiene el concepto de grupo étnico. Una parte de las ciencias sociales reconoce a los “grupos étnicos” como nacionalidades cuando no tienen Estado propio y como pueblos a los que si lo tienen. Por ello, existen pueblos dependientes y pueblos soberanos. En el Derecho Internacional y en los Acuerdos de Paz, no se da una definición explícita y precisa del concepto de Pueblo, pero se le asimila a nación (INE, 2009: 36).

Guatemala, está conformada por pueblos indígenas y el Pueblo Ladino. Asimismo, por población inmigrante de otros pueblos que hasta la fecha ha tenido poca visibilización, se ha estudiado y abordado poco.

Pueblo Garífuna

...afrodescendiente, es un concepto genérico que puede incluir el de garífuna, nombre específico de dicho Pueblo en Guatemala. En la actualidad, cobra importancia su principal héroe Marcos Sánchez Díaz dado que además de ser él quien arribó a Livingston en 1802 y fundó el poblado y la tradición Garífuna, también se le atribuye la función de líder espiritual, héroe y curador de enfermedades.



Las adjetivaciones a las que están previstas los garífunas varían de acuerdo con el momento histórico, así como el enfoque que se dé al respecto. De esa cuenta los estudios los denominan: caribes-negros; caribes, morenos, garífuna, garínagu, afrodescendiente, de ascendencia Inglesa, entre otros (INE, 2009: 37). El Pueblo Garífuna radica principalmente en Livingston, Izabal.

Pueblo Ladino

Según el Diccionario de la Real Academia Española, DRAE, en su acepción 5, el vocablo Ladina o Ladino, en Centro América *se refiere a los mestizos que solo hablan español*. En Guatemala se utiliza Ladino como nombre, o sea como sustantivo y no como adjetivo, del Pueblo que surgió del mestizaje de europeos con indígenas del país. Según la Comisión del Esclarecimiento Histórico, *A finales del siglo XVIII empezó a crecer el número de “gentes de ascendencia mixta... conocidos como castas”, que ya desde finales del siglo XVII empezaron a ser identificados también como “ladinos”*. (CEH, Capítulo Primero: Causas y orígenes del enfrentamiento armado interno. Pág. 89). “Indígenas y ladinos pobres” como se autodenominaban dirigentes y miembros de las organizaciones populares campesinas desde hace 30 años.

Cada día es más común en los medios de comunicación masiva escritos, que se refieran a los pueblos guatemaltecos: Maya, Xinka, Ladino y Garífuna. Ver encuestas de opinión de Vox Latina, por ejemplo. Documentos oficiales al abordar los pueblos guatemaltecos también así lo consignan (COPARE, 1998: 126): *Los Ladinos tienen raíces hispanas e indígenas: los Mayas conservan el nombre de sus antepasados prehispánicos, los Xinkas son de raíz Náhuatl y los Garífunas de origen afrocaribeño*.

El Estado de Guatemala a través del Instituto Nacional de Estadística, INE, ha registrado la población de Guatemala en los grupos étnicos Indígena y no Indígena (Censo Nacional de Población 2002) y *los censos nacionales de población de 1893 a 1964 realizados por la Dirección General de Estadística (actualmente INE) se identificó a la población criolla, mestiza y sus descendientes hispanos como ladinos, es decir como miembros del Pueblo Ladino. Hay que notar que estas instituciones del Estado son controladas por personas del Pueblo Ladino, por lo que puede interpretarse como resultado de su autoidentificación* (Tzian, 2009: 23).



En los últimos diez años se ha dado cierta búsqueda y reacomodo en la identidad de los miembros del Pueblo Ladino, por las siguientes razones: No todos los ladinos aceptan dicha denominación, prefiriendo autodenominarse “mestizos”; ya se constató que hay “no indígenas” que se denominan “blancos” y “criollos”, y que no gustan ser considerados ni como ladinos ni como mestizos; y hay mestizos que no quieren ser considerados como pueblo sino como “conglomerado no indígena”, hasta que no se establezca la diversidad étnica y cultural en el seno del grupo “no indígena”. Puede decirse entonces, que ahora, uno de los vacíos de información que hay en el campo estadístico es el reconocimiento de la diversidad étnica en el seno de los no indígenas (INE, 2009: 37). En nuestro país, está en construcción un proceso de autoidentificación, reconocimiento y dilucidación de la diversidad cultural de los pueblos diferentes a los indígenas, dentro de los que se incluyen los inmigrantes en nuestro país.

Consideraciones del término “Pueblo Mestizo” en vez de Pueblo Ladino. En un alto porcentaje los guatemaltecos somos mestizos. Entre los casos más evidente están los Q’eqchi’ de ascendencia alemana, de cabello rubio y ojos verdes pero que no hablan Castellano; también numerosos Popti’ de Huehuetenango que biológicamente es fácil de identificar su mestizaje, pero igualmente es evidente su fuerte identidad Popti’. Otra consideración, mestizo es un término genérico, utilizado en cualquier parte del mundo y no solamente en Guatemala.

Consideraciones al término “Pueblo no Indígena” en vez de Pueblo Ladino. Las identificaciones y autoidentificaciones se realizan por lo que se es, no por lo que no se es. Por lo tanto, “**no indígena**” no tiene un significado preciso. Esta denominación es una *ocurrencia ofensiva porque nadie puede ser definido como “no-algo”*. Toda persona es alguien, es algo, tiene definición (Mario Antonio Sandoval, Prensa Libre, Catalejo, 12 mayo de 2006).

...PARA DEMOSTRAR LO poco consistente del criterio actualmente reinante en el Mineduc, es muy fácil darle la vuelta al argumento. Habría sido absurdo y ofensivo dividir a los guatemaltecos en ladinos y “no-ladinos”. El ladino es una palabra guatemalteca en el sentido de su uso, pues es la traducción local al mestizo, es decir, a quien tiene sangre de por lo menos dos grupos culturales. Los ladinos han sido llamados así por docenas de años, desde tiempos inmediatamente poscoloniales (Ibíd.).



El Pueblo Ladino está en todo el territorio guatemalteco y es mayoría principalmente en la parte oriental y sur del país.

Pueblo Maya

El Pueblo Maya tiene alrededor de cinco mil años de existencia y tiene presencia en una región de alrededor de 325,000 km cuadrados: abarca la parte sur de México, sur de Belice, Guatemala y la parte occidental de Honduras y el Salvador. Está conformado por 30 comunidades lingüísticas definidos por su idioma, de los cuales 22 se encuentran en Guatemala-Honduras y Salvador, y 8 en México y Belice. El [Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas,] AIDPI que definió a las comunidades lingüísticas del Pueblo maya, utilizó el árbol genealógico de tales idiomas para establecer dicha unidad (INE, 2009: 38, negrilla agregado nuestro). Actualmente, el Pueblo Maya de nuestro país está en todo el territorio guatemalteco y es mayoría en 159 municipios del altiplano occidental del país. Constituye el 87% de población en esos municipios. (INE, 2002).

Conceptos relacionados: Pueblo, pueblos indígenas, población indígena, Pueblo Xinka, Pueblo Garífuna, Pueblo Ladino.

Pueblo Xinka

Este Pueblo se encontraba en tierras mesoamericanas antes del arribo de los invasores españoles. Su cultura específica está subsumida ante la cultura latina del oriente de Guatemala, así como su idioma que está al borde de la extinción. La autoidentificación es ahora el principal indicador de pertenencia étnica, aunque no se descarta la revitalización cultural y étnica de dicho Pueblo, debido a la creciente conciencia étnica que se desarrolla entre sus miembros (Ibíd.).

Los Xinkas de Jutiapa conservan la propiedad comunal de la tierra y conservan parte de su organización de origen precolonial, actualmente llamada Comunidad Indígena Xinka de Jutiapa. La forma de tenencia y su relación con la tierra y su organización son dos indicadores de pertenencia étnica que se suman como principales al de autoidentificación para el caso específico de los Xinkas residentes en Jutiapa.

Conceptos relacionados: Pueblo, pueblos indígenas, población indígena, Pueblo Maya, Pueblo Garífuna, Pueblo Ladino.



Pueblo, Nación

El Pueblo o Nación de base cultural se define como un grupo social o población que tiene lealtad y conciencia étnica, tiene espíritu de cooperación y de comunidad, tiene total o parcialmente sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, tiene una cultura relativamente homogénea, una conciencia, valores y principios de un origen y destino común histórico, un idioma común y una unidad espiritual o religiosa, tiene un territorio propio y comparte las mismas tradiciones, usos y costumbres (El Periódico. Editorial del 15 de septiembre de 2009, y Tzian, 2009: 21-29).

En el caso guatemalteco, tenemos la Nación Maya, la Nación Xinka, la Nación Garífuna y la Nación Ladina, cada uno representa a un Pueblo y una cultura. La Nación Maya está integrada por 22 comunidades que comparten una raíz histórica, étnica y cultural. Sin embargo, por diversos procesos históricos, cada comunidad tiene algunas formas y expresiones étnicas y culturales diferentes como el idioma y el traje. Cada comunidad es una nacionalidad maya específica: K'iche', Mam, Kaqchikel, Q'eqchi', Poqomchi', Q'anjob'al, Tz'utujil, Chuj, Ixil, Poqomam, Popti' (Jakalteka), Ch'orti', Awakateka, Chalchikteka, Achi, Akateka, Teka (Tektiteka), Uspanteka, Mopan, Itzaj, Sakapulteka y Sipakapense (Tzian, 2009: 21-29).

La acepción falseada: consiste en utilizar los conceptos de nación como sinónimos de Estado. Pueblo y nación no son sinónimos de Estado.

Prejuicios raciales

Son opiniones o doctrinas que se mantienen y manifiestan en actitudes o en forma institucional por los miembros de un grupo respecto a los de otros grupos por razones de rechazo, intolerancia y fobia hacia las razas y culturas diferentes a la propia. Son construcciones mentales erróneas, falsas y preconcebidas, impuestas como verdaderas, son reacias al cambio y justifican los intereses del grupo que la utiliza.

Estas opiniones con frecuencia provienen de estereotipos más que de pruebas directas. *Opera mediante el denominado “pensamiento estereotípico”, un sistema de categorías con las cuales las personas clasifican sus experiencias, [las que se ordenan] mediante la estructuración de un conjunto de valoraciones y atribuciones que son transferidas socialmente a partir de ciertas*



características como inferioridad, negatividad o pasividad, en oposición a la superioridad (racial), positividad y actividad, [creando] un sistema de opciones binarias. Los prejuicios y los estereotipos son históricos, dinámicos, manipulables y sociales. [Es] la discriminación más sutil, personalizada y subjetiva, es decir, la que tiene que ver con estereotipos, prejuicios, actitudes y preferencias de tipo individual o colectivo. Así, por ejemplo, hay quienes rechazan en lo subjetivo a personas de raza, cultura, religión o condición social diferente, manteniendo prejuicios de supuesta superioridad e inferioridad social.

Las actitudes de rechazo de las clases dominantes o “altas” en América Latina hacia los “morenos”, los “indios”, los “negros”, y también contra los chinos y los judíos, entre otros, están ampliamente extendidas. Una sociedad en que se generalizan actitudes y patrones discriminatorios por motivos culturales, sociales o raciales, no puede ser considerada como una sociedad democrática. (Los prejuicios raciales se manifiestan en ocasiones en los programas de televisión, en donde la “norma de belleza” generalizada es la del fenotipo femenino blanco, europeo, mientras que lo indígena es presentado como exótico y distante, y en todo caso asociado a estatus sociales de inferioridad).

En algunos países latinoamericanos se optó alguna vez por sustituir el vocablo indio (que era considerado denigrante) por el de campesinos (que tiene un contenido de clase y no étnico), por lo que las estadísticas nacionales reportaban una ausencia de indígenas (fue el caso en El Salvador después de la gran matanza del año 1930) (Stavenhagen citado por IIDH, 2000: 245-247)

En el caso de Guatemala, están los prejuicios del grupo cultural dominante hacia los pueblos indígenas, afirmando que los pueblos indígenas “por naturaleza” son “ignorantes”, “primitivos”, “que su cultura es un obstáculo al desarrollo”, etcétera. Todos son razonamientos sin fundamentos racionales y no existen pruebas que la sustenten. Asimismo, muchas veces se utiliza el término rural o campesino en vez de indígena, similar a lo que sucedió en El Salvador.

Unidad en la diversidad

Es la fórmula que permite la complementariedad entre la unidad política con la diversidad étnica. Hasta ahora, la unidad ha sido confundida con uniformidad lingüística, étnica, racial y cultural (CEDIM, 2006: 246). La unidad en la diversidad cultural se refiere por una parte a mantener la



indivisibilidad del Estado, y por la otra, a la aceptación, respeto y desarrollo de los diferentes pueblos y culturas que la forman. Implica la observancia de los derechos humanos individuales, pero también los colectivos de los pueblos que viven dentro del mismo Estado. En Guatemala, la diversidad cultural está representada por los cuatro pueblos guatemaltecos: Maya, Xinka, Ladino y Garífuna, así como por miembros de otras naciones inmigrantes. La construcción de la unidad en la diversidad cultural implica también la definición de un Estado multinacional y pluricultural. Esto quiere decir que los diferentes pueblos y culturas del país deben formar parte orgánica de la estructura y de la institucionalidad del Estado y del Gobierno.

