

FUNCION IDEOLOGICA DE LOS MEDIOS MASIVOS Y BUSQUEDA DE ALTERNATIVAS

* FUNCION IDEOLOGICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

I.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS RESULTAN UTILES PARA LAS CLASES DOMINANTES PORQUE:

A) **Impiden la participación del pueblo:**

- los receptores sólo pueden recibir.
- los mensajes circulan de arriba hacia abajo
- los mensajes favorecen las actitudes de evasión y escapismo
- los mensajes alientan el individualismo y la desorganización

B) **Distorsionan la realidad e impiden su conocimiento crítico:**

- los mensajes muestran una realidad fragmentada y deformada, de la cual el pueblo y sus acciones están ausentes o son combatidos.
- los medios encubren a sus dueños, a los verdaderos emisores de los mensajes

C) **Se imponen como necesarios ante los ojos del pueblo:**

- alientan su recepción: no consumirlos es quedarse al margen de la "realidad"

D) **Cubren a todos los grupos y sectores sociales:**

- garantizan que la imposición ideológica se extienda a todo el pueblo.

E) **Aseguran el orden económico capitalista:**

- favorecen la existencia de la sociedad de consumo capitalista
- orientan el consumo a través de la publicidad compulsiva

II.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION SERAN UTILES EN MANOS DEL PUEBLO:

A) **Si posibilitan la participación del pueblo:**

- Emisores y receptores tienen la misma jerarquía y elaboran de manera conjunta los mensajes, por más que cumplan funciones diversas
- los mensajes circulan horizontalmente
- los mensajes favorecen el compromiso con la realidad
- los mensajes propician la solidaridad, organización y acción.

B) **Si posibilitan el conocimiento crítico de la realidad:**

- a partir de los intereses y necesidades del pueblo.
- identificando claramente a sus emisores
- propiciando el uso crítico de los Medios Masivos
- mediante el análisis histórico-estructural de la realidad mediada

C) **Si aparecen como necesarios ante los ojos del pueblo:**

- no utilizarlos es marginarse de la comunidad que participa en su elaboración, difusión, discusión

D) **Si se dirigen fundamentalmente a un determinado sector o comunidad**

- tratando de cohesionarla, favoreciendo los procesos de concientización y alentándola para la acción.
- recuperando su identidad, vale decir, su historia, su cultura,

* LA BUSQUEDA DE ALTERNATIVAS COMUNICACIONALES

I.- LA BUSQUEDA DE ALTERNATIVAS EXIGE UNA ESTRATEGIA TEORICO-PRACTICA PARA EL CAMBIO SOCIAL A NIVEL DE INFRA Y SUPER-ESTRUCTURA:

A) Socialización de los procesos económico-políticos

- diseño de un modelo socialista
- estrategia y tácticas para llegar a ese modelo

B) Devolución del habla al pueblo protagonista general de los medios

- lineamientos de nuevos modelos comunicacionales
- corporización de la comunicación popular en función de la organización del pueblo, protagonista social.

II.- LA REALIZACION DE LAS ALTERNATIVAS EXIGE LA TRANSFORMACION PRACTICA DE TODO EL SUE-SISTEMA COMUNICACIONAL:

A) La investigación alternativa y su diseminación

- tarea crítica permanente: racional y científica
- desarrollo de la percepción crítica a nivel popular
- diseño de propuestas de planificación alternativa
- nuevos modelos de organización de empresas comunicacionales
- nuevos modelos operativos de comunicación popular (trabajo, vivienda)
- evaluación crítica de experiencias
- articulación de las experiencias para el cambio social
- nueva función del investigador orgánico o militante

B) Las prácticas de documentación

- necesidad de una praxis de documentación alternativa, como actividad instrumental al servicio de la educación popular
- creación de centros especializados al servicio de las necesidades de información del movimiento popular
- utilización de la documentación como instrumento cotidiano en la lucha de los grupos de base
- selección y relectura de la documentación ideologizada

C) Las prácticas de comunicación:

- lucha por la constitución de un nuevo orden informativo
- producción y comunicación de mensajes alternativos
- estructuración de agencias populares de noticias;
- intercambio y distribución con criterio de socialización;

D) La capacitación teórico-práctica

- capacitación en los análisis coyuntural y estructural
- apropiación instrumental y técnica
- capacitación en planeamiento y evaluación
- adecuación teórico-práctica a los tres niveles: grupos de base, cuadros medios o avanzados dentro de los sectores populares, y grupos o instituciones que adoptan una posición de clase distinta a su origen de clase a través de una opción popular.