

Línea Temática 2: Comunicación para la Transformación

Grupo de Trabajo 4 (GT4)

Dinamización / Relatoría: *Ángeles Díez (UCM) y Federico Abreu (Consultor)*

INTRODUCCIÓN: punto de partida ético-teórico-epistemológico

La comunicación es una relación social. Sin embargo, a menudo suelen confundirse dos cosas: a) la información con la comunicación y b) los instrumentos que transmiten los mensajes con la comunicación en sí. Esta doble confusión se ha convertido en un lastre que dificulta que la comunicación sea una de las vías más potentes para el desarrollo humano y para luchar por la justicia social y la equidad.

La comunicación, en tanto que relación social, es la base de la sociabilidad; es decir, aquello que nos permite vivir en comunidad, lo que nos convierte en seres sociales capaces de cuidarnos unos a otros y desarrollar todas nuestras capacidades humanas. En este sentido comunicación y política son caras de una misma moneda. La comunicación puede ser un instrumento para la transformación social en igual medida que puede ser un instrumento de reproducción y disciplinamiento social.

Partiendo del posicionamiento anterior planteamos para el taller los siguientes objetivos generales y concretos:

Objetivos generales:

Desarrollar un lenguaje común compartido: Que las participantes en el taller compartamos un lenguaje común, que todas entendamos lo mismo cuando hablemos de comunicación, desarrollo, transformación y educación.

Poner las bases para poder diagnosticar qué dificultades presenta en el momento actual la comunicación para ser un instrumento de transformación social y apuntar algunos parámetros a tener en cuenta para un nuevo modelo de comunicación.

Objetivos concretos:

1.- Construir entre todas las participantes unos significados compartidos de "Comunicación para la transformación"

2.- Elaborar un protocolo básico para desarrollar y evaluar acciones y productos comunicativos para la transformación social.

METODOLOGÍA

Primera sesión (2 hs.) :

- Presentación de las sesiones: Objetivos del taller y metodología de trabajo de las cuatro sesiones. (10 minutos)
- Planteamiento del primer ejercicio. Trabajo en grupos 20 minutos
- Exposición del tema: **Condiciones de producción de la comunicación. Hacia una economía política de la comunicación** (15 minutos)
- Práctica por grupos (20 minutos)
- Puesta en común y síntesis.

Segunda sesión (2h.)

- Exposición de la temática: **Qué son los productos comunicativos: ¿mercancías, instrumentos de transformación, acciones liberadoras?** (15 minutos)
- Ejercicio práctico en grupos (30 minutos)
- Puesta en común y síntesis

(Al final de la segunda sesión se pedirá a los participantes que por escrito valoren el desarrollo de la sesión y propongan si es necesario alguna modificación para el taller del día siguiente)

Tercera sesión (2h.)

- Exposición de la temática: **Comunicación y poder: influencia, manipulación, liberación** (15 minutos)
- Ejercicio práctico en grupos (30 minutos)
- Puesta en común y síntesis

Cuarta sesión (2h.)

- Exposición de la temática: **Conflicto y lucha por la hegemonía comunicativa** (15 minutos)
- Ejercicio práctico en grupos (30 minutos)
- Puesta en común y síntesis

ESQUEMA DE CONTENIDOS DE LA SESIÓN I:

- Trabajo en grupos: Cada grupo tendrá que elaborar una primera propuesta de definición: ¿qué es la comunicación para la transformación? ¿Quién-quienes producen comunicación para la transformación? ¿Cuál es el/los objetivos de una comunicación transformadora? (20 minutos) Se recogen las propuestas de los grupos.

EXPOSICIÓN: 1.- *CONDICIONES DE PRODUCCIÓN DE LA COMUNICACIÓN: HACIA UNA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN*

- Quien-quienes producen comunicación: los medios de comunicación, las instituciones, los ciudadanos, las ONG, los movimientos sociales
- cuales son los principios que guían la comunicación: dirigir la acción social, el desarrollo, la transformación, la formación, ...
- El contexto capitalista de la comunicación: imperialismo y colonialismo.
- Momento actual: reorganización neoliberal del aparato económico e ideológico.

ESQUEMA DE CONTENIDOS DE LA SESIÓN II:

2.- *¿QUÉ SON LOS PRODUCTOS COMUNICATIVOS? : Información, cultura, relaciones sociales, mercancías...*

- La comunicación asociada a la idea de progreso: ilimitada, infinita, dispersa, superficial, discontinua....
- Características de la comunicación como mercancía
- Conflicto entre instrumentos tecnológicos y comunicación

ESQUEMA DE CONTENIDOS DE LA SESIÓN III:

3.- *COMUNICACIÓN Y PODER: INFLUENCIA, MANIPULACIÓN O LIBERACIÓN*

- La comunicación y lo político
- las mediaciones de la comunicación
- Instrumentación de la comunicación
- Cambios estructurales en la comunicación y consecuencias: desaparición aparente de los mediadores, instantaneidad, discontinuidad, indistinción público-privado, desaparición del contexto de producción (económico, social, y político)
- Desigualdad comunicativa

ESQUEMA DE CONTENIDOS DE LA SESIÓN IV:

4.- *CONFLICTO Y LUCHA POR LA HEGEMONÍA COMUNICATIVA: HACIA UN NUEVO PARADIGMA*

*Cambiar la educación para cambiar el mundo...
¡Por una acción educativa emancipadora!*

Vitoria-Gasteiz, 9, 10 y 11 de octubre



*Hezkuntza aldatzen, mundua aldatzeko...
Hezkuntzako ekintza askatzaile baten alde!*

Vitoria-Gasteiz, 2014ko urriaren 9, 10 eta 11n

- La comunicación y el conflicto.
- Acciones comunicativas liberadoras y su relación con la movilización social.
- Límites y potencialidades de las acciones comunicativas.
- Comunicación para...

EJES TEMÁTICOS DE LOS MATERIALES PRÁCTICOS PARA EL TRABAJO EN GRUPOS:

Propuesta de temas sobre los que trabajarían los grupos en la parte práctica:

- 1) Palestina
- 2) Emigración
- 3) Antimilitarismo
- 4) Crisis económica-Deuda- Desahucios-Fondos buitres
- 5) Pobreza infantil
- 6) Medios de comunicación alternativos y redes sociales