

24.28



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL

TRABAJO SOCIAL Y PERIODISMO
POPULAR.

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN TRABAJO SOCIAL
PRESENTA:
LILIAN ANGELICA SILVA MERINO



ESCUELA NACIONAL
DE TRABAJO SOCIAL
TESIS Y EXAMENES
PROFESIONALES



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

Pag.

INTRODUCCION

CAPITULO I TRABAJO SOCIAL Y PROMOCION SOCIO-CULTURAL.

1.1. Caracterización de la Promoción Socio-Cultural.	7
1.2. La Promoción Social en México.	15
1.3. Práctica Social y Conciencia Social.	23
1.4. Trabajo Social y Cambio Social.	28

CAPITULO II PRENSA TRADICIONAL Y PERIODISMO POPULAR.

2.1. Comunicación y Medios de Comunicación Masivos.	33
2.1. Características de la prensa actual en México.	39
2.2.1. La Prensa Marginal.	43
2.3. El Periodismo Popular.	47
2.3.1. El Periodismo Popular y el Movimiento Sindical de Refrescos Pascual.	51

CAPITULO III TALLER DE PERIODISMO POPULAR EN TRABAJO SOCIAL.

3.1. Utilización práctica del Periodismo Popular en Trabajo Social.	59
3.2. Funciones del Periódico Popular.	62
3.3. Organización del Periódico Popular.	65
3.4. Materiales para elaborar el periódico.	68
3.5. Realización del periódico.	71
CONCLUSIONES.	77
BIBLIOGRAFIA.	82
ANEXOS.	85

INTRODUCCION.

Las organizaciones políticas, religiosas, grupos de profesionistas, iniciativa privada, han venido buscando la forma de desarrollar actividades que los vinculen a los diferentes sectores populares del país, cada cual persiguiendo objetivos según sus intereses.

La praxis que el Trabajo Social ha venido desarrollando con la aplicación de la Promoción Socio-cultural abre sin duda alguna, múltiples alternativas de organización y participación popular.

Este trabajo pretende analizar un elemento de los múltiples que conforman la actividad denominada "Promoción Socio-cultural": el periodismo popular.

Pretende además, ser un aporte al Trabajo Social desde el ángulo de la comunicación.

Para el profesional en Trabajo Social, es necesario conocer e innovar con elementos diversos con técnicas novedosas, desarrollando modalidades que le permitan una mayor identificación en las comunidades, sindicatos, etcétera, con el objeto de vincularse a los sectores populares con los sectores sociales más importantes del país que son los grupos mayoritarios de la población.

La práctica de la Promoción Socio-cultural en nuestro país, encuentra su medio de expresión en las acciones de Servicio Social y de Difusión Cultural; en ambos se aplican trabajos en torno a actividades en dónde se tiende a la organización de las comunidades para preservar y promover las costumbres, tradiciones, folklore, etcétera.

La forma de lograr esta actividad se viene desarrollando mediante el teatro, los talleres, el periodismo popular, etcétera.

Mostrar que el conocimiento, la aplicación y desarrollo de formas de comunicación popular posibilita la integración, mejora la organización y participación de los individuos del grupo en sus problemas inmediatos y cotidianos de su centro de trabajo o comunidad, es uno de los objetivos de este trabajo.

Pretende ser a la vez, un instrumento técnico así como una propuesta metodológica a la preocupación de las organizaciones políticas que buscan el medio y el camino de la incorporación política y social de esos sectores de la población ya mencionados.

La investigación cuenta con un apoyo teórico en dos vertientes: el Trabajo Social y sus raíces de reconceptualización, buscando no trasladar esquemas latinoamericana

nos de otras realidades, que aunque similares en lo general, cobran matices propios en cada uno de nuestros países generando indudablemente, estrategias y tácticas diferentes para abordar la problemática social de cada cual.

Y por otra parte la comunicación en su manifestación no necesariamente académica, de las escuelas comunicacionales modernas, sino refiriéndose más bien, al enfoque práctico derivado de los trabajos de Armand Mattelar por ejemplo y de algunas experiencias de Perú, Argentina y México.

Cabe hacer mención que el periodismo popular ha desarrollado día con día una mayor fuerza y dinámica propia, los sindicatos y organizaciones populares lo aprenden y lo mejoran, lo adaptan, lo modifican, crean nuevas e ingeniosas expresiones, buscan canales de distribución cada vez más efectivos.

Es notorio su desarrollo principalmente en las organizaciones obreras, y en menor grado en los campamentos, poblaciones y comunidades, éstos se pueden ver más penetrados por las organizaciones de base cristianas que manejan una forma del periodismo popular.

Es urgente mejorar el trabajo de base en teoría y en la práctica misma, porque esto posibilita un más rápido

desarrollo y participación social de las masas, esta es una tarea más del profesional comprometido con el cambio social.

El objetivo general de este trabajo, en síntesis, es el de contribuir a la formación de un Trabajador Social que tome conciencia de la complejidad social y que esté capacitado para organizar y aplicar técnicas y métodos de acción periodística para transformar la sociedad.

El procedimiento metodológico a lo largo del trabajo hubo que realizar modificaciones y ajustes, hasta encontrar en principio el objeto de la investigación que fué la importancia de la Promoción Socio-cultural y las nuevas técnicas aplicadas para la organización y movilización social.

Posteriormente se procedió a la delimitación del tema y a organizar un marco referencial y conceptual.

Esto permitió la elaboración de los objetivos del trabajo por lo cual la formulación de hipótesis fué un trabajo secundario y hasta casual.

La Metodología aplicada nos llevó a plantear desde los antecedentes más generales hasta la utilización práctica del Taller de Periodismo Popular.

Siendo el Trabajo Social una actividad vinculada

a toda acción social se hace necesario participar en los núcleos de población con técnicas que cada vez amplíen más la posibilidad de incidir y vincularse en la dinámica social.

El resultado es ampliar el campo de acción del Trabajador Social ahora a una ciencia como es la comunicación humana, además de abrir posibilidades, para el desarrollo metodológico y técnico de otras actividades como el teatro popular, el desarrollo del periodismo popular no solamente en comunidades, sino a nivel Institucional, dónde se hacen urgentes y necesarias formas de movilización, y organización social.

CAPITULO I

TRABAJO SOCIAL Y PROMOCION SOCIO-CULTURAL.

1.1. CARACTERIZACION DE LA PROMOCION SOCIO-CULTURAL.

El Trabajo Social como muchas otras disciplinas del área de las Ciencias Sociales, actúa y trabaja con individuos, de tal manera que se hace necesario aproximarnos al terreno de lo que el hombre produce, no solamente desde el punto de vista económico del cómo produce, de cómo distribuye y cómo consume satisfactorios, sino también sus expresiones inmateriales, la forma de comprender y explicar su entorno, las fuerzas naturales y la visión del universo, por ejemplo la cultura.

Existen innumerables definiciones sobre el concepto de cultura.

"La Antropología considera a la cultura como la manera total de vivir de un pueblo, el legado social que el individuo recibe de su grupo".(1)

Utilizamos el concepto de "cultura" para referirnos a las costumbres, valores, arte, modalidades, códigos comunicacionales, creencias, folklore, etcétera, o sea la manifestación estructural de una formación económica social determinada.

(1) Kluckhohn, Clyde. Antropología Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1977, p.27.

El término cultura puede usarse para calificar a una nación (la cultura mexicana) así como a grupos más pequeños (la cultura lacandona) sólo que la cultura de una minoría es tributaria e incluso dependiente de la cultura regional o nacional, depende de la forma económica social o histórica dominante, pero desarrollan particularidades que los distinguen, costumbres propias, formas de comunicación, manera de vestidos, hábitos propios que se derivan de la convivencia diaria de la relación y adaptación de ese grupo humano a un medio exterior, por lo tanto todo grupo humano, todo grupo social, fabrica cultura, elabora sistema de respuestas, podemos decir entonces que "En su acepción antropológica, la cultura es un conjunto de respuestas colectivas a las necesidades vitales".(2)

En nuestra sociedad la cultura dominante se manifiesta como cultura de masas. La tecnología ha puesto al alcance de la clase dominante medios de comunicación poderosísimos capaces de ocupar el universo comunicacional del hombre, imponiendo códigos culturales e ideológicos.

La cultura de masas llega a todas las clases sociales, homogeneiza, borra diferencias, genera hábitos,

(2) Margulis, Mario. "La Cultura Popular". Revista Arte Sociedad, Ideología, México, 1977, p.64.

modas y opiniones comunes.

"Es una cultura para el consumo los productos de la cultura de masas, generados en las condiciones económicas y sociales de una formación social capitalista, tienden a asumir la forma de mercancía, cuyo fin no es satisfacer necesidades humanas sino obtener la máxima tasa de ganancia.

Es una cultura de masas generada de arriba hacia a la base de la pirámide social, es hecha por artifices, hábiles manipuladores, que responden a los intereses del sistema capitalista dominante.

Los medios de comunicación masiva, en un contexto social capitalista, contribuyen a aislar al hombre, a limitar su interacción con sus iguales, a colocarlo en situación pasiva, receptora".(3)

La trama ideológica tendida a través de las redes de televisión, radio y cine, por ejemplo, son el máximo factor de penetración cultural de los Estados Unidos. Tales productos culturales sufren un cambio y se convierten, gracias a la intencionalidad de quien difunde y es dueño de la tecnología, en mercancías cuyo valor de uso consiste en ser aporte a la producción y reproducción del sistema.

(3) Margulis, op-cit. p.66.

Cada pueblo, o nación, posee una cultura propia, es el producto de su práctica cotidiana, en su relación con otros hombres y con la naturaleza y se expresa de diferentes maneras: fiestas populares, teatro, canciones, expresiones artísticas, artesanía, pintura, escultura tradiciones, en la defensa de la lengua autóctona, literatura, etcétera, en fin, en la práctica de la lucha diaria, en la que el pueblo se expresa.

La cultura popular es considerada como un conjunto de respuestas solidarias, y es creada por los grupos oprimidos frente a las necesidades de liberación; así mismo es producto de hombres iguales, en el más amplio sentido, y, es peligrosa para el sistema, porque contradice las de éste y engendra, a través de sus manifestaciones, enfrentamientos con el aparato de dominación.

"La cultura popular es cultura de los de abajo, fabricada por ellos mismos, carente de medios técnicos, sus productores y consumidores son los mismos individuos: crean y ejercen su cultura. No es la cultura para ser vendida sino para ser usada, responde a las necesidades de los grupos populares".(4)

(4) Margulis, Ibidem. p.66.

"La cultura popular en cada pueblo sintetiza la experiencia colectiva históricamente elaborada que luego es entregada a las nuevas generaciones por medio de habilidades, valores, conocimientos, etc."(5)

Partir del conocimiento de lo que es la cultura, cultura de masas y cultura popular, es una necesidad para comprender las corrientes metodológicas actuales del Trabajador Social. Esas experiencias requieren de este marco conceptual y se explican a continuación.

Según Ander-Egg la promoción sociocultural aparece en los años sesentas en América Latina se inició como una práctica educativa, para-sistemática, es decir: fuera del sistema educativo formal está ligada muy íntimamente a la educación popular además, de proceder de ella pero su campo operativo se empieza a vislumbrar mucho más amplio.

"Entendemos a la Promoción Socio-cultural como el conjunto de programas, actividades o acciones destinadas a ser trabajados con la participación de la comunidad, con el fin de producir transformaciones en los niveles de vida de éstas, incorporando no sólo las variables del desarrollo material sino también aquellas que permiten

(5) Kluckhon. Op.cit, p.27.

expresiones sociales y culturales.

"De tal forma que el objetivo de la promoción socio-cultural es promover la participación de la gente en la vida cultural y en la búsqueda de nuevas fórmulas de expresión cultural".(6)

"Frente a los problemas socio-culturales que se confrontan en la sociedad actual, la Promoción Socio-cultural constituye un intento metodológico, organizado, cuya finalidad es la de superar la concepción y la práctica vigente de la cultura como consumo, para pasar a una concepción y una práctica de la cultura como participación.

"La Promoción Socio-cultural busca fomentar la variada y plural expresión cultural del pueblo tal como la concebimos es siempre una acción que promueve la participación, la democratización cultural, la opción por valores culturales diferentes a los que tienen vigencia en la sociedad actual, en lo que tiene competitividad, consumismo y exaltación de los valores materiales".(7)

Este nuevo enfoque del trabajo de comunidad pretende desesquematisar el carácter "paternalista" con que tradi-

(6) Ander-Egg, Ezequiel. Metodología y Práctica del desarrollo de la comunidad. Ed. Humanitas, p283.

(7) Ander-Egg. Op.cit, p.284.

cionalmente se ha trabajado en la comunidad, pero sin ésta, tratando de imponer normas y pautas de conducta a la población.

El principio básico de la Promoción Socio-Cultural consiste en que la práctica social se deriva del trabajo en la comunidad y es ésta la que genera los conocimientos, luego entonces es fundamental que el Trabajador Social que trabaje en la comunidad reconozca la importancia del recurso humano y pueda además sistematizar el conocimiento que de la comunidad provenga, para realizar un trabajo integral y globalizado.

Un programa de esta naturaleza que pretende la verdadera, conciente y comprometida movilización social, debe tener presente los siguientes puntos:

1. Que existe una real interrelación entre la Institución y la comunidad.

2. Para que esta interrelación sea operativa debe actuar en niveles con el equipo de trabajo, para lograr un cambio en la concepción tradicional del trabajo de comunidad y hacer del equipo de trabajo un co-actor de las acciones que la población propicia, para que, de esta forma, la comunidad deje de ser "objeto de atención", y se convierta en "sujeto de la acción", entendiendo este fenómeno como la manera en que los sectores de la población pasan

a actuar concientemente en el proceso de toma de decisiones.

Implica, pues, dejar de lado el paternalismo, abandonar la concepción de receptáculo y aprendiz pasivo del individuo en la comunidad, pero además implica el hecho de tener las formas del control, desarrollo, seguimiento y evaluación para ajustes posteriores de los procedimientos metodológicos de Promoción Socio-cultural.

1.2. LA PROMOCION SOCIAL EN MEXICO.

En el caso concreto de México, la práctica del Trabajo Social de grupo y comunidades tiene un apoyo fundamental en las dependencias del sector público; estas instituciones se avocan a trabajar en zonas urbanas y rurales marginadas.

Existen, sin embargo, otras instituciones de carácter privado (como, por ejemplo, La Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural) interesadas por la problemática del campo o bien de zonas urbanas marginadas. Con base en esta práctica, podemos decir que la Promoción Socio-cultural, como la caracterizamos en la primera parte de este capítulo, no existe, contando, por el contrario, con prácticas diversas y divergentes, aunque muchas veces se les asignen nombres semejantes o parecidos. Ampliando nuestras concepciones podríamos decir que este trabajo posee dos características:

Por un lado, una riqueza y variedad en cuanto a las diferentes modalidades y la extensión de su realización.

Por otro lado, una falta de definición y una gran pobreza en cuanto a su conceptualización; lo que podemos obtener de un análisis simple, es que esta práctica

se distingue por tener una diversidad muy amplia en sus aplicaciones, por ejemplo: encontramos promotores de extensión agrícola, promotores indígenas bilingües o, bien, ingenieros promotores de la asistencia técnica, organizativa y de producción, o encargados de la organización de mujeres, promotores para la educación de adultos o para la alfabetización, e inclusive promotores para el mejoramiento de la belleza del hogar o, bien, los que promueven los huertos familiares o la construcción de la vivienda, etcétera.

Estos promotores tienen un marcado carácter institucional: "venden" sus programas a toda costa, es decir, los imponen, son profesionales y en muchos casos improvisados extensionistas que dependen de una institución del sector público. En este sentido, se puede afirmar que el Estado es el empleador más importante de promotores; esta promoción se ha dado fundamentalmente en lo que se denomina desarrollo de la comunidad. "Este modelo es el primero en aparecer, sigue presente como una práctica dominante, aunque ya superado por muchos promotores que lo cuestionaron bajo la visión de la Educación liberadora de Freire o aún más por el enfoque marxista".(8)

(8) Algara, Ignacio. "El concepto y práctica de la promoción Social en México", Cuadernos de Dinámica Habitacional, México, 1982, p.11.

Podemos entonces decir que el modelo de promoción social en el aspecto del desarrollo de la comunidad se encuentra seriamente cuestionado; muchas de sus características iniciales se conservan, pero para usarse en la búsqueda de métodos propios, para el desarrollo de nuevos modelos. A continuación se detallan algunos aspectos de la aplicación de la Promoción Social, con el objeto de evidenciar la amplia gama de acciones del sector público, encaminadas hacia esta tarea, donde podremos observar la incongruencia, la repetición de funciones, la ausencia de coordinación y, por lo tanto la variación política en su orientación sexenal.

En México, a partir de 1946, se observa un despegue económico en la industria; se funda el I.P.N. (Instituto Politécnico Nacional) y se inicia para el país, agro-exportador hasta entonces, un incremento en la inversión extranjera, en la banca, en la industria y el comercio.

"México fue condenado a la división internacional del trabajo por el imperialismo, se le obligó a un desarrollo industrial en detrimento del campo; sin embargo, durante estos últimos años se favoreció el crecimiento de las ciudades, la expansión industrial".(9) Aparecen en las zonas

(9) Mata, García, Un modelo alternativo a la educación, capacitación campesina en México. Ed. U.A.CH. p.13.

marginadas urbanas, delincuencia, prostitución, falta de transporte y servicios: que son las constantes que se van a ir acentuando paulatinamente. Los gobiernos de estas épocas encaminan la ayuda asistencial básicamente al campo, aunque no dejan de aparecer las instituciones de ayuda y asistencia pública en la urbe, como el I.N.P.I. (Instituto Nacional de Protección a la Infancia); C.E.I.M.S.A. (Compañía Exportadora e Importadora de Maíz, S,A.), antecedentes de la Conasupo que garantiza el abasto de harinas de maíz, trigo y arroz. En el terreno de la salud, se impulsa a Instituciones, como el I.M.S.S. y el I.S.S.S.T.E., en tanto que en el agro se crea el Banco Agrícola y Ganadero, el Banco Nacional de Crédito Ejidal, Servicios de investigación y extensión agrícola y servicios educativos para la población rural. En síntesis, con Cárdenas aparecen los planes de desarrollo regional que no contemplan el desarrollo de la población, es decir: acciones de desarrollo económico y de infraestructura, que no buscan la participación de la población; así, en el campo como en la ciudad, esta constante está presente en los gobiernos posteriores al cardenismo.

Con Ruiz Cortínez se reorganizan los servicios de extensión agrícola, en 1954, y se otorga mayor presupuesto a las Escuelas (construcción, agua potable, energía

eléctrica) y centros de salud (1956-58); el INJUVE (Instituto Nacional de la Juventud Mexicana) organiza, en 1958, sus brigadas de Desarrollo Rural.

En 1962, se formó el P.L.A.T. (Plan Nacional del Río Lerma) por la Comisión del Río Lerma que incluye acciones para el Desarrollo de la Comunidad que serán imitadas por otros programas en 1969. La S.E.P. crea, además de las Misiones Culturales, las Brigadas para el Desarrollo de la Comunidad Rural.

Con el régimen de Echeverría se acentúa aún más la expansión de los servicios institucionales, tanto públicos como privados, de apoyo, capacitación, etcétera.

"Se funda el INDECO (Instituto Nacional para el Desarrollo de la Comunidad Rural y de la Vivienda Popular), se institucionaliza y expande la incorporación de pasantes en servicio social, se lanzan proyectos en zonas deprimidas aisladas, Plan Huicot, Programa Tarahumara, Zonas Áridas, Plan Cañero, Plan Maíz, Vivienda Campesina, etcétera. Surgen los Fideicomisos y los Fondos: Bahía de Banderas, FONATUR; se expande la capacitación campesina en la SRA, en el INCA-SRA y en CONASUPO. La SOP lanza sus programas de caminos, de mano de obra, de construcción de canchas deportivas ejidales y los programas de inversiones productivas (que incorporan pasantes en servicio social). Echeverría

apadrina las salidas masivas de brigadas de pasantes de servicio social del Politécnico; el INPI establece centros de la comunidad, y junto con esta enorme cantidad de acciones oficiales en zonas rurales, surge el INFONAVIT, el FOVISSSTE, el INDECO, CODETUR, Plan Tepito, los planes para terminar con las ciudades perdidas, y para regularizar la tenencia de la tierra: CORETT. También se inician los programas de educación de adultos, como PRIAD, la secundaria abierta, el Colegio de Bachilleres (sistema abierto).

Parecía ser que todo el sector público se hubiera convertido a la promoción del desarrollo rural y social. Prácticamente todas las dependencias tenían sus promotores sociales".(10)

Es muy probable que de esta breve panorámica del Desarrollo de la Comunidad en México se pudieran mencionar algunos supuestos que servirán de materia de análisis de otro trabajo, pero que es prudente considerar, ya que es claro que hasta hoy los programas destinados al desarrollo comunitario no gozan de una imagen que los haga acercarse a las soluciones de los problemas más agudos y asfixiantes de la población rural y urbana, quizá por lo siguiente:

(10) Algara, Ignacio. Op.cit, p.12-15.

-La capacitación, o educación no formal, impartida en la comunidad, se ha realizado con un gran interés político del Estado, más que con fines sociales reales. El capacitador actual es un individuo sin formación profesional para enfrentar este tipo de actividad social; su perfil profesional no es el adecuado, por lo que se convierte en un elemento que limita la actividad y el desarrollo de las comunidades. Además, la mayoría de los programas de capacitación o desarrollo fracasan porque no corresponden a las necesidades de los individuos integrantes de una comunidad o, bien porque crean expectación e inmovilismo, todo lo cual es típico del paternalismo de las Instituciones Estatales, mismas que no logran o no tienen interés en desarrollar una metodología que haga participes a los individuos de la problemática socio-política y de la búsqueda de soluciones.

Se puede observar, pues, que no existe en México un programa único de desarrollo de la comunidad, sino, más bien, proyectos, planes e instituciones que promovían y promueven actividades en este sentido. Cabe afirmar que los objetivos básicos plasmados en la teoría se resumen en intentos de:

-Mejorar la productividad y producción agropecuaria.

- Mejorar el ingreso económico de la población.
- Mejorar las condiciones de nivel de vida, tanto comunales como familiares, a través de obras, servicios o recursos, y
- Organizar y capacitar a los pobladores, como los agentes básicos para resolver sus propios problemas.

1.3. PRACTICA SOCIAL Y CONCIENCIA SOCIAL.

Entendemos como práctica social a un aspecto fundamental de la actividad humana, tanto el hombre como la propia humanidad se hacen en ese quehacer social, la práctica es la acción misma del hombre sobre su entorno. A partir de su diario existir aparecen dos expresiones de su práctica, el hombre con la naturaleza y el hombre relacionándose con otros de su especie.

El trabajo patentiza las relaciones prácticas del hombre y la naturaleza; se objetiviza, así, la actividad productiva; pero, además, esta relación con la naturaleza involucra a otros hombres, con lo que se inician las relaciones de producción.

Otros aspectos de la actividad humana lo son también sus creaciones culturales: la ciencia, el arte, la moral, etcétera, que son formas diversas de la práctica social, estos últimos aspectos están en íntima relación con la forma en cómo se concibe la práctica social emergente de las relaciones de producción. Aquí, en la ciencia, en el arte, en la religión, etcétera, emerge la interpretación, la explicación ideológica, apartando al individuo de su conocimiento sobre el mundo que lo rodea, conocimiento obtenido de la práctica social.

La forma de cómo conocemos, concebimos o comprendemos nuestro entorno es una forma de conciencia social.

Esta conciencia social se estructura a partir de un lugar determinado que es la práctica social del sujeto.

Esta práctica nos va moldeando ideológicamente y penetrando profundamente en nuestras estructuras.

Existe una íntima relación entre práctica social y conciencia sobre lo social, que debe ser reconocida, en toda su hondura, cuando se piensa en lograr cambios ideológicos a través del trabajo de Promoción Socio-cultural; a través de la cual se reorienta.

"Reorientar la práctica social, mediante nuevos métodos de acción que erradiquen vicios tales como el paternalismo, el empirismo, el burocratismo y el espontaneísmo. Debemos tomar conciencia de la necesidad de motivar a la colectividad a prácticas autorreflexivas y críticas tendientes a superar la explotación y la enajenación; hacer del individuo un sujeto consciente de su propia realidad y ubicación histórica; que la acción del trabajo social sea de promoción y educación popular, que logre acelerar cambios en las mentalidades de los grupos mayoritarios de la población que repercuten en el cambio social; un cambio social tendiente a lograr el bienestar de la colectividad en

condiciones de libertad".(11)

Cuanto más se logre acercar las comunidades a prácticas políticas o de reivindicaciones sociales, en forma sistemática, más se habrá garantizado que la tarea realizada no desaparecerá de inmediato.

Estamos hablando entonces de formas de conciencia; de desarrollar conjuntamente, en comunidad, prácticas sociales que abran camino al análisis y la reflexión; hablamos, pues, de concientización y Promoción Socio-cultural.

La concientización nace de la búsqueda de una democratización, de la educación que se propone experimentar con métodos y técnicas otros procedimientos, con el objeto de popularizar la educación, permitiendo al hombre tomar conciencia de su propio valor, actuar con objetividad y convertirse en actor y hacedor de la historia.

La concientización implica un proceso, el proceso humano que no es otra cosa que la realidad social y económica en que está inmerso, y, por otra parte, es la forma en la que adquiere la conciencia en ese proceso.

"En este proceso de evolución humana la conciencia pasa por diferentes etapas:

(11) "Proyecto Académico", Plan de Estudios de la Escuela - de Trabajo Social, Mazatlán, Sinaloa, 1979. p.41.

-conciencia mágica, en donde el hombre no se siente superior a los hechos y libre para entenderlos. Los capta, dándoles un poder superior que lo dominan desde fuera, al que tiene que someterse docilmente".(12)

"-la conciencia ingenua, que es la que se cree superior a los hechos, dominándolos desde fuera y por ello se cree libre para entenderlos conforme le parezcan mejor.

-conciencia crítica es la representación de las cosas y de los datos tal como se dan en la existencia empírica, en sus correlaciones causales y circunstanciales.

Significa que el hombre es capaz de volverse sobre sí mismo; de observar la realidad y, analizarla, de iniciar la búsqueda de una explicación de los fenómenos y de la naturaleza".(13)

El término concientización ha estado muy "de moda" y se le han dado diversas acepciones. La concientiza-

(12) Freire Paulo. "La educación como práctica de la libertad" citado por Luis Araneda en "Concientización", p.6, Documento XVI Congreso Internacional de Escuela de Servicio Social, Holanda, 1972.

(13) Vieira Pinto, Alvaro. "Conciencia e realidade nacional". Citado por Luis Araneda, op.cit. p.6.

ción no es sólo un proceso psicológico, individual, sino que es un proceso social que parte de la realidad misma, del mundo mismo en que viven los hombres.

"En nuestra realidad, la concientización incluye, como parte del proceso de capacitación y en nuestra particular perspectiva, se orienta hacia una capacitación de la clase mayoritaria, es decir, de la clase trabajadora de aquella que ha vivido postergada, alienada, enajenada, oprimida, dependiente, justamente para ayudarlas a su reencuentro como hombres y como tales puedan participar en la gestión política, social, económica y cultural de su sociedad".(14)

(14) Araneda Alfaro, Luis. Ibidem, p.9.

1.4. TRABAJO SOCIAL Y CAMBIO SOCIAL.

Es claro que el Trabajo Social tiene en el hombre y en la sociedad; en el hombre y sus organizaciones, en el hombre y sus diversas necesidades, su campo de aplicación y estudio; pero también es cierto que otras disciplinas de las Ciencias Sociales tienen en los aspectos que se mencionan su aplicación, lo que hace difícil limitar la acción del Trabajador Social y del Trabajo Social, que se empalma, completamente, o bien, choca con otras Ciencias Sociales.

Las Ciencias Sociales, en general, se ocupan de la evolución o transformación de la sociedad, es por eso necesario precisar qué entendemos por "cambio social".

El Diccionario Sociológico dice: "Variaciones o modificaciones en cualquier aspecto de los procesos, pautas o formas sociales, expresión amplia que sirve para designar el resultado de cualquier variedad del movimiento social".

Cuestión que no nos aporta claras precisiones; histórica y filosóficamente el Trabajo Social tuvo como tarea significativa la modificación de situaciones y actitudes desacordes con los criterios de lo "normal", así como de reparador de las consecuencias que las transformaciones

sociales traen aparejadas para ciertos individuos o sectores sociales "mal ajustados".

Aceptando esta tarea primaria como vigente en la actualidad, sin entrar tampoco en análisis, creemos interesante plantear la necesidad de que el Trabajador Social pueda dirigirse y concebir el cambio social como: "el cambio de estructuras y condiciones socio-económicas que dan lugar a situaciones de desigualdad e injusticia social".(15)

Concretamente "El Trabajo Social debe intervenir en la Promoción de cambios estructurales e institucionales que garanticen una mayor justicia y bienestar social"(16). En este sentido se vienen manejando conceptos y nociones aplicadas a la nueva metodología en el Trabajo Social, como la Promoción Socio-cultural. Aún no se ha definido el término Promoción, en cuanto al contexto de acción del Trabajador Social; la tarea está aún mal definida, el Trabajador Social es un agente educativo, motiva cambios de situaciones y actitudes particulares o de pequeños núcleos, pero, además, deberá realizar su trabajo no sólo para "reo-

(15) Ander Egg, Ezequiel. "Algunas Consideraciones en torno del VIII Congreso Latinoamericano de Sociología", p.49.

(16) Ander Egg. Op.cit. p.50.

rientar" en el tratamiento de "desviados o inadaptados sociales", sino trabajar a nivel estructural e institucional, "poniendo en tela de juicio toda posición o tendencia alienizante del ser humano".

Función del Trabajador Social sería procurar estimular una actitud crítica y reflexiva acerca del medio ambiente social del individuo, a fin de promover las transformaciones necesarias para los cambios estructurales deseados, por medio de: La confrontación de problemas y recursos para su solución.

La educación críticamente.

Sin embargo, el Trabajador Social sólo podrá ser eficaz y eficiente en la transformación de la situación actual, en la medida en que sea un Trabajador Social comprometido con el hombre y su sociedad, ubicado dentro de una posición política no necesariamente partidaria, pero sí dentro de los marcos de liberación, a partir de las causas que han sumergido al hombre en la opresión y el atraso.

"El Trabajador Social contribuirá a formar este hombre libre, preferentemente a través de una función educadora capacitadora y concientizadora".(17)

(17) Araneda Alfaro, Luis. Op.cit. p.11.

Incorporada la concientización al Trabajo Social hay que tener presente que el profesional del Trabajo Social no puede concientizar si no ha logrado él mismo un determinado grado de conciencia social; esto es: una forma de posición política, "No hay posibilidad de concientizar si el hombre, no es solidario con los otros hombres, si no cree que en todo hombre existe la capacidad y posibilidad de contribuir a la transformación del mundo y si no se asume ante la vida una postura de optimismo constructivo".(18)

(18) Ibidem, p.12.

CAPITULO II.

PRENSA TRADICIONAL Y PERIODISMO POPULAR.

2.1. COMUNICACION Y MEDIOS DE COMUNICACION MASIVOS.

Hablar de prensa nos lleva necesariamente a hablar de comunicación. Diversos autores han abordado el estudio de la comunicación, la explicación más simple sobre ella se inicia con el esquema emisor-mensaje-receptor; a partir de este modelo muchos y variados elementos se han venido integrando: código, ruido, canal, decodificación, entre otros.

Es posible que menor o mayor cantidad de elementos interviniendo sean aplicables para iniciar el estudio del fenómeno, pero para este intento, señalaremos primero tres niveles de comunicación.

-La comunicación intrapersonal, que es la que todos y cada uno de nosotros mantenemos con nuestro yo, a partir de la imagen o idea que los demás tienen de uno y que alimenta en gran medida la comunicación interna con el yo.

-La comunicación intergrupala, que es la que se establece en un diálogo y con grupos de regular extensión, con los que es posible mantener un diálogo, un interconocimiento, donde existe y se puede controlar un flujo de comunicabilidad en un proceso de retroalimentación.

-En un tercer alcance, tendríamos con muchas

reservas que referirnos a los medios de comunicación masivos.

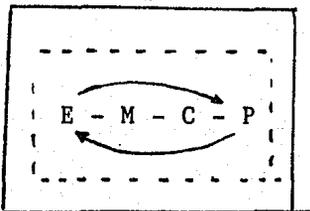
Sin embargo, cabe en este nivel hacer ciertos matices; estamos ante una situación diferente a la comunicación, en su sentido original; el concepto comunicación puede entenderse como un acto de relación mediante el cual dos o más individuos evocan en común un significado, el cual puede o no tener el mismo sentido. El origen de la palabra viene de lo que es común a todos. Comunicar es transmitir significados pero también y esto sería lo básico, compartir dichos significados".(19)

La noción de respuesta es básica en todo proceso comunicativo; ahí donde el emisor y el receptor están dotados para recibir un mensaje con limitantes de este modo la relación entre ambos se actualiza: todo emisor se convierte en receptor; y a la inversa. Este proceso de la comunicación lo entenderíamos mejor y es más completo, si aceptamos el modelo de Daniel Prieto, quien nos dice que el esquema de la comunicación se modifica cuando nos referimos a un perceptor, en lugar de un receptor, y no es cuestión de términos sino que el contenido de receptor es más bien técnico, referido al aparato o al individuo,

(19) Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa "Práctica Teórica y Práctica Profesionalde la ComunicaciónEducativay Cultural", abril de 1984.

vacío receptáculo pasivo, en tanto que al percibir existe un proceso mental de análisis, de conceptualización en la descodificación y en la elaboración de mensajes; también nos da la idea de individuo y no de aparato técnico, cuestión básica para entender la comunicación como un proceso eminentemente humano.

El mensaje y el proceso comunicativo todo, se encuentran determinados por un contexto donde surge la comunicación y que debemos conocer para entender mejor el medio en donde se está generando el proceso comunicativo; este proceso, a su vez, está determinado por una formación social dada. El esquema sería, entonces:



Retro-alimentación 

Contexto - - - -

Formación Social (20) _____

Los actuales y modernos medios de comunicación masivos rompen con las ideas de comunicación que han sido elaboradas. Se convierten en transmisores de información con una intencionalidad definida, sus funciones más difundidas

(20) Prieto C., Daniel. Elementos para el Análisis de Mensajes. Ed. ILCE, Méx. p.19.

das son mercantiles y propagandísticas. Informar deriva del latín *informare* que quiere decir 'Dar forma, formar ciertos criterios y apreciaciones sobre la realidad'.

Los medios masivos de comunicación hacen un manejo técnico del ser humano, es decir lo manipulan reafirmando los valores dominantes y los intereses crados, y cuando sus mensajes están en abierta contradicción con la realidad cotidiana, cumplen la función de dominación, de imposición de formas e ideas sobre las realidades sociales, económicas y políticas de los pueblos.

Los medios de "comunicación" modernos son producto del desarrollo industrial, este mismo desarrollo crea nuevas formas de control de las conciencias. La sociedad compartida de los primeros tiempos, deja de serlo; al mismo tiempo, la comunicación dejó de ser o de hacer partícipe a los demás. Por lo que los actuales y modernos medios son imposición de formas ideológicas.

"La burguesía educada en su propia ideología reaccionaria, mezcla de superstición, ignorancia, subjetivismo pragmático y otras aberraciones del pensamiento, tiene una imagen del mundo y de la marcha de la historia, acomodada a sus intereses de clases explotadoras".(21)

(21) Declaración de La Habana, 4 de febrero de 1962. p.4.

La dirección de los valores ideológicos de la clase dominante, la propiedad de los medios de comunicación más desarrollados y el control del poder político y económico, la manipulación de las conciencias, obliga necesariamente a pensar en iniciativas que se encaminan a romper este impresionante control impuesto a las clases populares.

Los medios masivos y las organizaciones sociales son, incluso en los países socialistas, correos de transmisión, de la cúpula dirigente (económica o política) hacia la base; el reto está en pie: modificar los esquemas rígidos, a fin de motivar la capacidad de respuesta de las masas silenciosamente receptoras, obedientemente manejadas. Activar la acción de las masas, desde las masas mismas, sin imposición de lenguajes o de determinada concepción política, sino mediante el desarrollo de ellas codo con codo y paralelamente con las organizaciones de clase, sin intentar partir de un voluntarismo sobre la formación de conciencias. El propósito de modelar al hombre a partir de la voluntad del agente externo, es una práctica de manipulación conductista a la que se les ha venido habituando y cuya ruptura depende más de la acción social que de la contrainformación; la lucha política, económica social es la que en último término liberará de la ideología a la conciencia popular.

El uso que hacen de los medios de comunicación quienes los detentan, está en relación directa con las tradicionales ataduras de la cultura burguesa; las posibilidades de liberación de la cultura de masas no avanzará en tanto no sean rotos los moldes que hacen del público una masa sometida, inmovilizada y despolitizada. Habrá, entonces, que abrir nuevos caminos que den entrada a la movilidad de las masas.

2.2. CARACTERISTICAS DE LA PRENSA ACTUAL EN MEXICO.

Es necesaria la introducción al tema, a través de una breve presentación de lo que hasta hoy ha sido la prensa burguesa, para, en un momento posterior, hablar de la prensa marginal, ambas como formas de expresión de dos fuertes tendencias del periodismo tradicional.

En un sentido amplio se denomina prensa a toda la producción de material impreso: periódicos, revistas, folletos, volantes, carteles, etcétera, en su sentido restringido, la prensa se refiere al campo del periodismo, más concretamente el periódico y la revista. Al parecer, el antecedente más lejano del actual periódico, para lecturas individuales, con secciones diversas e innumerables planas de publicidad "lo encontramos en Roma, en la época de Julio César, donde fueron publicadas las sesiones del senado y las asambleas, en tablas enceradas para después exponerlas al público".(22)

La imprenta agiliza el desarrollo del periódico, aunque existían ya ejemplares con muchas hojas con noticias manuscritas, que circulaban desde antes de la llegada de

(22) N. Palgunov. La prensa y la opinión pública. Ed. Cartago. Buenos Aires, 1966, p.19.

aquella. "En México se produce el primer periódico El mercurio volante, en el año de 1593".(23)

A la prensa se le ha presentado siempre, desde su aparición, como instrumento expositor de la opinión pública, y al mismo tiempo como educadora y orientadora de esa opinión; pero se oculta cuidadosamente su trasfondo, es decir, la prensa representa intereses de clase, a los que defiende con opiniones y con informaciones que, previamente manejados, distorsionan y manipulan la opinión pública.

Por su parte la publicidad, que se esfuerza por comprar los mayores espacios, hace posible un mayor número de ejemplares impresos a menor precio, con lo que la información de otros acontecimientos más relevantes, en lo político, económico o social, se reduce, convirtiendo sus espacios en fuente de ingresos. Estos comerciantes, ávidos de espacios en el periódico, ejercen además un poder de control, censura y dirección sobre la prensa que recibe anuncios; les basta con retirar su publicidad del periódico. Así la libertad de prensa se convierte en un mito, y ésta se restringe a aquellos que pueden adquirir los costosos talleres (maquinaria, papel, mano de obra, etcétera.) necesarios

(23) Novo, Salvador. Historia del Periodismo en México. Ed. Tradición, S.A. México, 1976, p.42.

para editar un libro, una revista o un diario.

La prensa se desarrolla como industria "comunicado ra", los millones de páginas publicadas son armas para mantener el régimen de explotación, deformar la opinión pública, desinformar; buscan lo sensacionalista, el morbo, la diversión enajenante; obvian y ocultan las realidades existentes dentro de las sociedades explotadas. La prensa en México, en manos de la clase dominante, se distingue por ser un arma de esclavitud ideológica: el pueblo trabajador es educado diariamente en el ejercicio del sometimiento al capitalismo.

Cuantitativamente hablando, más de 3,000 publicaciones de información general, con diferentes periodicidades se distribuyen por toda la República Mexicana. La ciudad de México es seguramente una de las capitales con mayor número de publicaciones: "existen 27 diarios, aunque juntos no alcanzan un tiraje superior al millón de ejemplares, cifra por cierto muy baja para sus 13 millones de habitantes".(24)

Se comprende que en un mercado tan saturado, la competencia y las dificultades económicas son abundantes.

(24) Expansión, 18 de abril de 1979. Esta revista deja fuera La Jornada, Punto y otras publicaciones recientes.

Ello entraña el riesgo de la corrupción, del manipuleo tendencioso; la atomización informativa es evidente, así como la desinformación política, o la falta de penetración en niveles masivos (para un país con 70 o más millones de habitantes, ningún diario alcanza a vender 200,000 ejemplares al día; esto puede reflejar el escepticismo entre el público) hasta aquí. Hemos mencionado algunas de las características de la prensa mexicana.

2.2.1. PRENSA MARGINAL.

Entendido el importante papel que tiene la prensa, así como los diversos medios de producción ideológica, es necesario analizar la prensa marginal que, a juicio nuestro, es el antecedente de la prensa popular. Nadie niega la importancia de la prensa, diversos grupos progresistas han abordado formas variadas. Para intentar comunicar sus apreciaciones políticas en Chile, por ejemplo, es reconocido el trabajo de los cineastas y el pueblo de las poblaciones marginadas en las llamadas Jornadas de Protesta Nacional, ya que a través del Video Cassette, llegan a diversas partes del mundo, dando a conocer las luchas populares de los chilenos tras de doce años del golpe militar de Pinochet.

Se experimenta también en otros medios: cine, radio, etcétera; sin embargo, la prensa sigue siendo el instrumento más empleado. Se puede afirmar que en México el auge de la prensa marginal responde a la necesidad creciente de grupos de pobladores, sindicatos, estudiantes, entre otros, para expresar públicamente su punto de vista; esta prensa, que constituye un sistema de comunicación al margen de los medios de difusión comerciales, pone de manifiesto la incapacidad de dichos medios para expresar los intereses de los trabajadores, sectores marginados

por la "comunicación" comercial.

Se ocupa, pues, el término de "Prensa Marginal" para referirse a las publicaciones de oposición política que por su contenido y métodos de trabajo se distinguen cualitativamente de la prensa comercial ... Hay otras formas de denominar a este tipo de prensa: "contestataria", "prensa política", "de oposición", pero el término "prensa marginal" define mejor su situación frente a los medios de comunicación de la clase dominante.

Hasta hoy no existe una amplia conceptualización, ni teoría sobre la prensa marginal, por lo que más que definir lo qué es la prensa marginal, debemos más bien, reflexionar sobre, y referirnos a los efectos, características y funciones de la misma.

- En principio, la prensa marginal representa el sentir de una clase social, que es la trabajadora.
- Pretende despertar el interés político, la participación, la organización y la conciencia de clase.
- Es editada, en lo general, por grupos políticos, organizaciones de trabajadores y partidos políticos.
- No está, sin embargo, redactada necesariamente

por trabajadores, sino que expresa el punto de vista de la clase proletaria.

-El que exprese este punto de vista no significa ocuparse sólo de problemas obreros, aunque trata de abordar todos los asuntos desde esa perspectiva.

-Es o pretende ser la expresión del movimiento de masas y de la actividad de los grupos de izquierda; su eficacia o ineficacia, avance o retroceso depende de la situación del movimiento revolucionario.

-No se limita a informar, opina sobre acontecimientos e incita al lector a reaccionar ante los hechos.

-Se compromete con los protagonistas de los acontecimientos y acepta la responsabilidad política rechazando "la objetividad".

-Manifiesta una clara oposición política al Estado y

-No tiene propósitos comerciales sin embargo, cabe añadir que la prensa marginal contempla en su estructura interna, en su diseño, en la forma orgánica que la genera, la estructura de los diarios burgueses, la división técnica del trabajo, la producción misma de todo el

diario, repitiendo vicios y, sobre todo, un desligamiento no aceptado entre el periódico y la clase que se dice representar, convirtiéndose, en todo caso, en un intérprete o en un vocero del pueblo, desligado de él, dónde la masa no lo siente como propio. Cuando menos este fenómeno es claro en nuestro país. (*)

(*) NOTA. Algunos de estos conceptos fueron tomados del libro La Prensa Marginal de Raúl Trejo Dalarbe pero no necesariamente son textuales, en virtud del desarrollo de aspectos prácticos que en este sentido se han venido realizando.

2.3. EL PERIODISMO POPULAR.

Ante el gran aparato de producción ideológica de la burguesía, se ha generado una respuesta tímida y poco eficaz de la prensa marginal o prensa de izquierda. Esta prensa pretende servir a los intereses del pueblo, ofreciéndose como un instrumento de lucha por la emancipación de las masas trabajadoras, por la lucha del socialismo, la paz y de los valores culturales y recursos naturales de la nación; sin embargo, la recopilación de la noticia(*) la hacen reporteros especializados o con cierto conocimiento sobre las "reglas periodísticas", la organización del material, la estructura de la nota periodística siguen normas establecidas por los esquemas de comunicación periodística de las grandes empresas, cuyo objetivo comercial es la venta de la información, el sensacionalismo, el impacto psíquico, visual, el morbo, el amarillismo, incluso la impresión, el financiamiento, la distribución, son canales previamente recorridos en el quehacer comercial del periodismo tradicional. El periodismo popular, concebido por los participantes directos en las luchas populares, pretende

(*) Esta casi nunca es nueva en el sentido periodístico, puesto que estos periódicos son mensuales, quincenales o, en el mejor de los casos, semanales.

insertar nuevos elementos por medio de la edición, la organización y el empleo de sistemas técnicos, distributivos, participativos, diferentes de los empleados en la prensa burguesa y en la prensa de izquierda. Un ejemplo de esta fuerza la hace patente un vocero de Televisa (citado en el libro de Raúl Trejo La Prensa Marginal): "Durante los disturbios de 1968 en México, comprobamos que los mimeógrafos y las máquinas de escribir parecían tener a veces más fuerza que los grandes rotativos y las transmisiones de radio y televisión".

Quizá el aspecto más importante en el campo de la comunicación se refiere a que la prensa marginal pretende acortar la distancia que se da en la comunicación masiva con relación al receptor, romper la relación de dependencia, terminar con la "comunicación" vertical, impositiva, sin posibilidad de respuesta, sin participación de los individuos -masa a la que va dirigida, o por los que se pretende hablar o representar-, es el intento más firme de entablar una comunicación de iguales, con intereses similares, con posiciones idénticas, identificados en un grupo que los hace, económica y políticamente hablando, una clase social.

Más aún: es innegable el alejamiento, la distancia que los partidos políticos de izquierda mantienen en relación con las grandes masas de la población. Es frecuen-

te oír el discurso "vincularse a las masas", "ligadas con ellos", "participar en sus acciones", pero lo que es obvio es la carencia de método, la ausencia de formas y alternativas que ofrezcan al militante de base, al profesionalista comprometido, la manera, el camino de ese vínculo con la clase. El periodismo popular posibilita -como algo muy debil aún- una alternativa real frente a la industria cultural, donde el pueblo sea emisor y no un simple receptor pasivo; en la prensa popular los instrumentos son más simples y elementales, personaliza a su receptor estimulando su actividad y capacidad de respuesta; desarrolla una variedad amplia de formas escritas, orales y audiovisuales.

"El periódico popular es una publicación de una o varias hojas impresas que aparece con cierta regularidad, con un formato establecido y características de presentación propias, de la que el pueblo es el generador y actor de las informaciones que contiene y que le están destinadas".

(25)

(25) Instituto de Ciencias Sociales Aplicadas. Periodismo Popular. Lima, Perú. p.10.

El esquema que a continuación se presenta pretende ejemplificar los diferentes matices de la Prensa Popular.

		Periódicos
		Volantes
	Escrita	Pintas
		Voletines, revistas
		Afiches - carteles
		Periódicos Murales
Prensa		
		Cine
Popular	Audiovisual	Fotomontajes
		Video-cintas
		Informativos
	Oral	Cassettes, cintas
		Altoparlantes-megafonía (26)

2.3.1. EL PERIODISMO POPULAR Y EL MOVIMIENTO SINDICAL DE REFRESCOS PASCUAL.

México viene viviendo acelerados movimientos populares. Uno de los sectores más dinámicos en ese aspecto, lo constituye el de los obreros, y sus luchas son un ejemplo.

Esto lo observamos con mucha claridad durante el movimiento sindical de los trabajadores de Refrescos Pascual. Este es, sin lugar a duda, un ejemplo digno de citarse, porque muestra el desarrollo paulatino de la organización, y la madurez progresiva de otras necesidades, tales como la propaganda y la difusión de sus luchas.

Los trabajadores de Refrescos Pascual inician, a principios de 1982, una lucha que se prolongará por espacio de más de tres años y medio. Antes del movimiento, la vida sindical en la Pascual tenía peculiares características como son: las asambleas eran realizadas y dirigidas por el patrón, Rafael Jiménez, tres o cuatro veces al año, y su objetivo era explicar a los trabajadores la importancia de la industria nacional frente a las transnacionales de los refrescos.

Cuando algún trabajador quiso aprovechar las asambleas para señalar derechos laborales o irregularidades en el trabajo, fue despedido. Los despedidos con 35 o

40 años de servicio eran liquidados, pero, además, misteriosamente, cada vez que había una liquidación importante, el trabajador era asaltado a pocas cuadras de distancia de la empresa.

Junto a esto, permanentes violaciones a la Ley Federal del Trabajo, pagos de repartos fraudulentos, horas extras no pagadas según el derecho, continuos problemas y retardos para que pagaran los aumentos al salario mínimo.

Todos estos factores llevaron a los trabajadores de la planta norte de Pascual a organizarse, a principios del año 1982. La organización comenzó a actuar a principios de mayo ante la negativa de la empresa para aumentar los salarios en la proporción de 10, 20, 30% dictaminada desde el 22 de marzo.

Fue a partir del 18 de mayo de 1982, cuando los trabajadores se organizaron para estallar una huelga en las dos plantas, con el objeto de demandar un aumento de emergencia que había sido decretado por el gobierno federal y que el patrón se negaba a pagar. Trece días después, el 31 de mayo, frente al parque Asturias del Distrito Federal, comenzaron a reunirse un grupo de obreros de las plantas refresqueras de la "Pato Pascual" de Guadalajara, Jalapa, Cuernavaca y la juguera de Poza Rica, acompañados de golpeadores, así como un centenar de esquiroles de las Plantas

Sur y Norte de la Ciudad de México, con el fin de romper la huelga que sus compañeros sostenían; acudieron los obreros de provincia con el engaño de que en la planta sur se iba a realizar un convivio entre los trabajadores de la empresa: la realidad es que Rafael Jiménez intentaba utilizarlos como golpeadores de los obreros que se encontraban vigilando dichas instalaciones.

Los resultados de la agresión fueron dos muertos y alrededor de 17 heridos. No fue hasta el 8 de mayo de 1983 cuando la titularidad del Contrato Colectivo de Trabajo se otorgó al Sindicato Nacional Benito Juárez de Trabajadores de la Industria de Aguas Gaseosas, afiliado a la CROC.

Una vez formado el nuevo Comité Ejecutivo de las secciones sindicales, los trabajadores estallaron el 24 de mayo su tercera huelga, demandando el pago de 100 por ciento de los salarios caídos en los movimientos anteriores. El 14 de diciembre, la Junta de Conciliación y Arbitraje, luego de una serie de negociaciones a las que nunca se presentó el patrón, determinó que en un término de 15 días se reanudaran las labores en las dos plantas y se pagara el 50 por ciento de aumento salarial y 100 por ciento de salarios caídos.

Para el 2 de enero de 1984, el patrón adeudaba a los trabajadores la cantidad de 336 millones 621 mil

pesos, misma que se negó a pagar, hasta que las autoridades decidieron, el 10 de febrero, la liquidación de los bienes de la empresa.

El 6 de agosto, los bienes de la empresa se pusieron en remate y los trabajadores se presentaron como postores ofreciendo la cantidad más alta, de tal manera que se quedaron con la empresa, a cambio del adeudo de Jiménez.

El 18 de ese mismo mes, los obreros acordaron en asamblea general, constituirse en cooperativa de producción.

Esta es una síntesis de un movimiento rico en experiencias organizativas y políticas que le han permitido al trabajador de Pascual la seguridad de que por encima de la agresión física está la inteligencia de la conducción colectiva y el ejercicio democrático en un movimiento.

La Refresquera Pascual está hoy al frente de las organizaciones sindicales del movimiento obrero independiente, su capacidad de organización y lucha han dado muestras contundentes de lo que puede ser capaz la organización obrera. A continuación se reseñan las experiencias que en el ámbito del periodismo popular hemos logrado rescatar; son entrevistas efectuadas en cintas magnetofónicas entre los protagonistas, y en distintas fechas. En ellas se pueden distinguir las características e importancia en

orden cronológico del desarrollo de la prensa popular.

"Nosotros vimos, ante la actitud del empresario" -comenta Salvador Torres, "la necesidad de denunciar al interior la actitud despótica con que nos trataban: malos tratos, largas jornadas de trabajo... Tenía que haber un medio que en este caso uniera a los trabajadores, que informara y que en él se contemplara la necesidad de llevar a cabo la unidad de estos trabajadores. De esta necesidad nace la importancia de considerar el volante como un instrumento muy importante, dentro de nuestra lucha".

La rudimentaria organización de los "Pascuales" (nombre de lucha con los que fueron bautizados los trabajadores) empezó a actuar a principios de mayo, ante la negativa de la empresa a aumentar los salarios en 10, 20 y 30%, decretado desde marzo. Cincuenta y seis días de atraso motivaron el estallido unánime de la suspensión de labores; todo esto, al margen del sindicato "blanco". El día 20, la asamblea de la Planta Norte decidió sostener la suspensión de labores hasta lograr que la empresa cumpliera con la ley, iniciándose una guerra de mantas y desplegados de prensa.

"Antes de estallar el conflicto se hicieron varios volantes; éstos los hicieron grupitos de trabajadores independientes, que veían la necesidad de comenzar a luchar,

la necesidad de politizar a los demás trabajadores, haciéndoles conciencia de los derechos que se tienen y que hay que defenderlos (salen dos o tres hojitas interesados en estas tareas). Al estallar el conflicto surge, entonces, una comisión encargada de informar a la opinión pública de la situación que estábamos viviendo".

La empresa coloca mantas en el interior de la fábrica contradiciendo las denuncias de las mantas de los trabajadores en el exterior; envía telegramas a los domicilios de los obreros y realiza una campaña de desplegados de prensa.

"Siempre hubo solidaridad y los primeros volantes fueron impresos por ahí, con organizaciones, grupos y gentes que apoyan estas luchas... Habían transcurrido tres días sin que la empresa diera muestras de negociar; había que pasar, entonces, a una etapa de movilización, de denuncia ante la opinión pública y los medios masivos de comunicación; las mantas, los desplegados y volantes son el resultado del apoyo de la solidaridad económica de los sindicatos independientes y del pueblo en general...

"En el momento en que la intransigencia del patrón era demasiado enorme, que no podíamos negociar así, simplemente, el conflicto, había la necesidad de rodearse de toda la solidaridad; en ese momento consideramos hacer

público el conflicto".

Hasta aquí el resumen de esta experiencia que abarca un período de 3 años y medio. A esta fecha habrá salido a luz "El Cooperativista", órgano de información de la Sociedad Cooperativa Trabajadores de Pascual, con lo que se inaugura una nueva etapa del desarrollo de la lucha de esta organización y por ende del periodismo.

CAPITULO III

TALLER DE PERIODISMO POPULAR EN TRABAJO SOCIAL.

3.1. UTILIZACION PRACTICA DEL PERIODISMO POPULAR EN TRABAJO SOCIAL.

Antes de la utilización o aplicación práctica del periodismo popular, es necesario tener un dominio del conocimiento de la comunidad, actividad que pasa por distintas fases de madurez, para vincularnos con la comunidad y realizar la investigación.

Los resultados obtenidos nos proporciona un conocimiento cuantitativo y cualitativo que permita clarificar en qué área habrá que incidir.

La comunidad debe ser capaz de planificar y accionar en torno a sus necesidades, debe considerar las estrategias a seguir como vía de solución.

Hasta este momento se puede decir que las condiciones están maduras para aplicar un programa de desarrollo sociocultural.

Programa que servirá de guía para las acciones que la comunidad y el equipo de trabajo deberán ir enfrentando.

La comunidad deberá desarrollar un conjunto de actividades que redunden en su propio beneficio. Toda esta acción requiere de apoyo, actividades que complementen, vitalicen, apoyen, el trabajo de comunidad. Estos elementos

vitales son el teatro, el periodismo popular, el periódico mural, el cartel, etcétera. La difusión permite cohesionar y reforzar cada una de las acciones que la comunidad va desarrollando. También la expresión artística es un auxiliar fundamental en esta etapa, porque los actores y los espectadores analizan las situaciones representadas, buscan establecer la causa y el efecto de los problemas.

Lo importante es que la comunidad sea un sujeto de acción que no sólo espere la ayuda institucional sino que desarrolle, enriquezca y amplíe su participación, su práctica social.

Es decir, llegado a este nivel de desarrollo de trabajo planteado, entre la comunidad y el equipo de Trabajo Social, es de esperarse un proceso de movilización social de la comunidad en todos los niveles que fueron establecidos en el programa inicial. Actualmente, y emergiendo sólo por una verdadera necesidad de incentivar la comunicación, de hacerla más amplia y participativa, aparece como una nueva técnica el periódico popular, mediante el cual se informarán y analizarán las situaciones locales organizativas, políticas, etcétera, a nivel nacional y local y sus posibles vías de solución.

La comunidad, en esta etapa, podrá haber llegado a un nivel de madurez tal que le permita visualizar la

interrelación social de su realidad y de su contexto histórico. No puede plantearse el periodismo popular como una expresión aislada, como un fin en sí mismo, sin que una acción de este tipo sea mera imposición y vaya encaminada al fracaso.

Es indiscutible que el periodismo popular debe ser sólo una parte de un amplio método de acción del Trabajo Social, método circunscrito y determinado por las condiciones propias de cada frente específico de trabajo, llámese éste, comunidad, sindicato, etcétera.

3.2. FUNCIONES DEL PERIODISMO POPULAR:

-Mantener informado al grupo o comunidad, considerando la información desde la perspectiva que le interesa al pueblo.

-Restaurar la comunicación, compartida y horizontal, sin imposturas, ni verticalismos, intercambiando la opinión de grupos y su participación en la elaboración del periódico. Hay experiencias en la confección de periódicos, donde los que participan rotan el lugar de redacción a lugares abiertos, lo que motiva la incorporación de otros vecinos que se sienten atraídos a participar.

-Politizar el proceso que nace de la práctica, producto e una reflexión teórica; regresa en seguida a ella, en forma de elementos que orientan la acción; cumple con una función organizadora, orientando discusiones, provocando esas acciones, intercambiando ideas.

-Comunicar cara a cara y ampliando el círculo de información.

-Obtener informes de otras luchas populares en otras regiones del país, e incluso internacionales, presentándolo

todo en el contexto de la liberación de los pueblos y la identificación de los problemas similares de la lucha obrera. Estos elementos posibilitan la ampliación del horizonte de quien participa (elabora, redacta e informa) y se informa.

El periódico popular no es un fin en sí mismo, es decir, que su existencia obedece siempre a la necesidad concreta de organizarse e informarse colectivamente; aparecen siempre tendencias a perfeccionar la presentación (estética). Ciertamente es que el periódico debe atraer a sus lectores, que debe estar bien impreso, para que se entienda y se lea, pero sólo se puede hablar de un periódico bien hecho o mal hecho si cumple o no cumple con las funciones y los objetivos deseados.

En síntesis, el periodismo popular debe:

-Informar.

-Comunicar.

-Romper con la comunicación tradicional, enfrentando formas de comunicación horizontal y dialógica. Esta es función esencial del periódico popular para restaurar el diálogo y el intercambio de opiniones y que acerque solidariamente al grupo.

-Educar. Esto como proceso naciente de la práctica, en una reflexión teórica, orientando la acción sin quedarse en la explicación superficial; analizando, tratando de hacer reflexionar

sobre las causas verdaderas de los problemas que afectan al trabajador.

-Organizar. Con el conocimiento a profundidad de la realidad, podemos pensar en forma de enfrentar la misma, de la manera más adecuada decidir rumbos de acción provocando la propaganda de las acciones; es decir: movilizar.

3.3. ORGANIZACION DEL PERIODICO POPULAR.

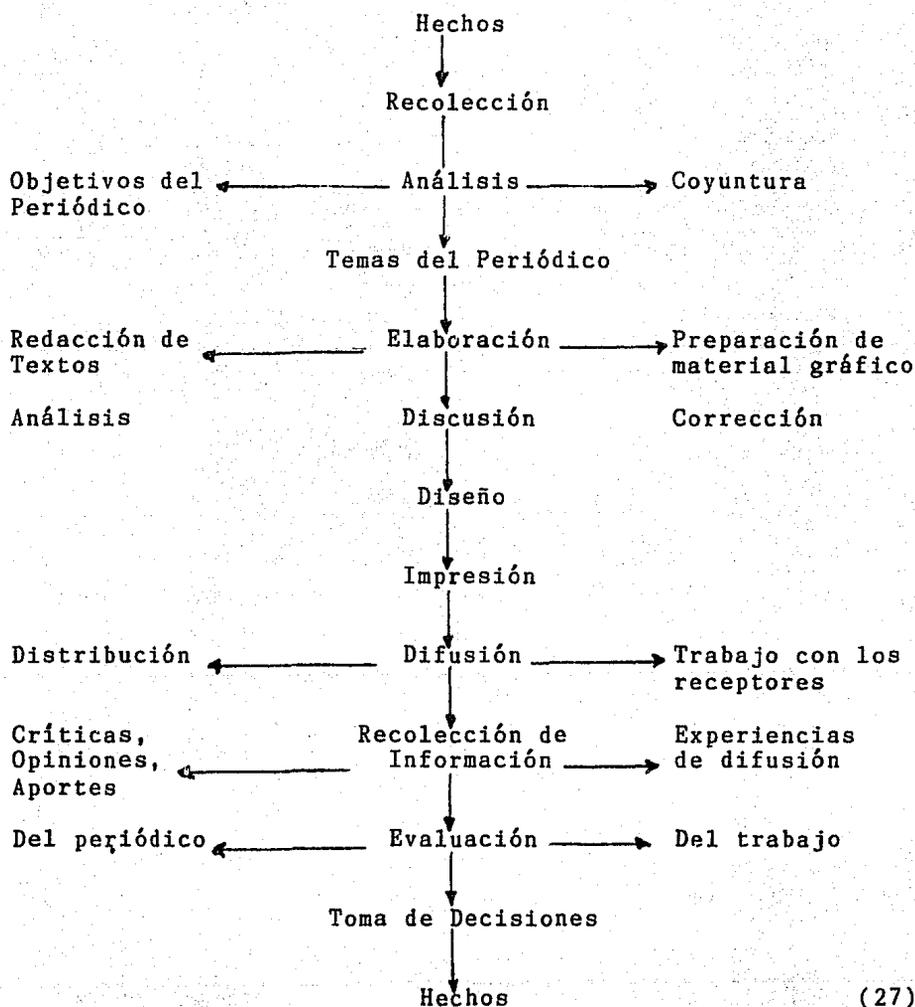
Constituir un equipo que se dedique a esta actividad es una necesidad, si bien habrá que procurar que la comunidad participe y colabore en la tarea; el número de encargados depende de las posibilidades y la importancia que la comunidad le asigne a la labor informativa.

No sólo pensaremos en la forma impresa, sino que es necesario activar la lectura colectiva mediante otros mecanismos; tales como el periódico mural, que debe ser colocado en un punto estratégico con protección del sol y la lluvia, con una diagramación atractiva, lleno de color, recortes, dibujos, ilustraciones, caricaturas, etcétera, sin que resulte cargado de estos elementos. No deberá utilizarse notas mecanografiadas, y deberá escribirse con letra legible y lo suficientemente grande para posibilitar su lectura a varios pasos de distancia. La redacción deberá ser simple, directa y concreta, sin abusar de la extensión. El periódico mural cumple extraordinariamente con la función inmediata de denuncia e información, y su utilización en poblaciones, sindicatos y fábricas posibilita la formación de opinión inmediata y cotidiana.

El periódico popular, en medida directa de su aceptación y crecimiento, promueve grupos de discusión

y permite aportes de diversos lugares y zonas, en torno a sus problemas; esta tarea es fundamental en el trabajo organizativo: reunir a la gente para discutir, si no existe la motivación y cierta presión, difícilmente la gente podrá escribir lo que piensa. Es necesario, pues, motivar al grupo, hacer que unos redacten, y después lograr que las ideas de los participantes se plasmen por escrito.

Esquema de integración del periódico popular.



(27)

3.4. MATERIAL PARA ELABORAR EL PERIODICO.

Cuando hablamos de material para elaborar un periódico no nos referimos, en sentido estricto, al papel, la tinta, el mimeógrafo, el sténcil, etcétera, que si bien son un punto fundamental a considerar, esto viene siendo descrito en la organización del periódico popular, en los sindicatos y otras organizaciones populares que mencionamos en el capítulo segundo.

Es decir nos referimos a los pasos que nos permiten integrar el material de información para la conformación del periódico popular.

Tampoco nos referimos a la noticia, al reportaje o a cualquier género periodístico, porque el periodismo popular no tiene en la noticia el producto para la venta y el negocio, que son el periódico de la sociedad capitalista. De hecho, el periodismo popular, dependiendo del lugar en donde se desarrolle, deberá plantear su propio enfoque, su manera peculiar de comunicarse y la forma de organización de lo que se dice y cómo se dice, en un sentido que responda al interés de la comunidad y a la organización a la cual sirve.

"-Recolección de información y materiales. Esta es una tarea permanente; quiere decir que quienes elaboran

el periódico están siempre en contacto con el grupo o comunidad a la que pertenecen y a la que destinan el periódico, para poder recoger la información acerca de lo que sucede". (28)

-Una vez recogida la información acerca de los hechos, el equipo de prensa determina, mediante un análisis, qué hechos se tratarán en el periódico, que temas se incluirán, y la importancia de cada uno de ellos.

-Objetivos que persigue el periódico, momentos políticos por los que se atraviese, coyuntura.

-Presentación del material: si es reelaborado o si se respeta la estructura del mismo; titulares, fotos, caricatura.

-La discusión y corrección grupal ayuda a que todos los integrantes del equipo vayan aprendiendo unos de otros.

-Diseño: ordenación del material en las páginas, tener cuidado con la jerarquía (importancia de la noticia, analizando cuál es la más importante, con un criterio político de clase).

-Impresión: según los recursos, puede ser mediante mimeógrafo, imprenta, mecanografía, manuscritos, etcétera.

(28) Cuadernos de Cultura... Ibid. p.22.

-Difusión: distribución casa por casa y el trabajo con los grupos que se formen, en actividad paralela; por ejemplo: cuando hay grupos de trabajo, como de teatro, alfabetización de adultos.

-Recolección de información sobre el periódico, es decir recoger los aportes, opiniones, críticas, etcétera, que los receptores hacen.

-Evaluación: una vez analizado el material impreso y la información recogida sobre el periódico, se hace necesario evaluar, estableciendo los aciertos, los errores y la forma para irlos superando, dejando establecido el cómo y el cuándo se realizarán las correcciones. La evaluación es un ejercicio crítico del trabajo realizado por cada miembro del equipo, y debe aproximarnos al cumplimiento de los objetivos y las metas del periódico popular; todas estas tareas pueden cumplirse individual y colectivamente, pero esto tiene que determinarse de manera colectiva, así como las tareas, constantes.

3.5. REALIZACION DEL PERIODICO.

¿Cómo hacer un periódico? Esta parece ser una pregunta difícil y se cae en el riesgo de contestar por recetario, porque, a diferencia del periodismo standarizado y tradicional, el periódico popular no sigue esquemas. El periódico popular es la expresión de las necesidades de un grupo; su antecedente bien puede ser una hoja mimeografiada, una serie fotocopiada, un cuadernillo, una especie de revista, etcétera (ver anexos).

No hay fórmulas; surge según el grado de desarrollo y participación de la gente; es una expresión popular, derivada del grado de madurez adquirida por los participantes, y el grupo en conjunto. Es una necesidad sentida en un momento del desarrollo de la organización, donde ésta tiene que crear un medio de difusión y expansión del pensamiento mismo, del lugar, de la organización o comunidad en la que se ha venido actuando.

Sin embargo, habrá que detenernos a reflexionar en algunas cuestiones de carácter técnico, que tanto periódicos como revistas tradicionales han venido usando; como, por ejemplo, la diagramación; es decir: tomar muy en cuenta que nos han educado a mirar de arriba hacia abajo, de izquierda a derecha, estos elementos nos apoyamos en la facili

dad, en el agrado. El estudio sobre el diseño, sobre fórmulas probadas de captación del ojo humano, sobre letragrafía y dibujo, se hacen importantes para lograr un mejor formato que logre la aceptación de nuestro periódico. Así, por ejemplo, se evitarán defectos que pretenden hacer atractivo el periódico, mezclando cinco o más letras diferentes, que logran el efecto contrario, debiéndose usar, preferentemente, letras con trazos simples y claros.

Hay que buscar y relacionar las diferentes partes, si las hubiera, sin que se perjudique una, logrando un equilibrio de elementos, al mismo tiempo que se organiza el material buscando la proporción entre los elementos que se desean presentar.

Es sabido que el lenguaje de los sectores populares es elemental y reducido, cuestión fundamental que hay que tener en cuenta, para apoyarse en ella y buscar que el periódico sea un elemento de educación también popular sin la búsqueda de culteranismo o academicismo, ya que debe lograrse en primera instancia, que sea leído y en segundo término deberá ampliarse el vocabulario. Por esto debe tomarse en cuenta el nivel real del lenguaje del grupo, dirigiéndose a sus iguales, haciendo que el periódico sea parte de nosotros, en donde emisores y perceptores comparten la misma realidad. En síntesis, los objetivos a lograr

son precisión, adecuación a la realidad, a los fines, concreción y simplicidad, tomando en cuenta que todos esos elementos tienden a lograr un lector activo.

En cuanto a la extensión de la frase, dirigiéndose a lectores que tienen pocos hábitos de lectura, deberán escribirse frases de unas 16 o 24 palabras, divididas en subunidades de 8 palabras; los títulos, "balazos" o intertítulos, deben de ser breves, sugestivos, desdeñando la pesadez, para adornar, completar, separar trozos largos que hagan más descansada la lectura.

"Una imagen" reza un adagio de origen chino "dice más que mil palabras", y nosotros creemos que en verdad el valor informativo de una imagen es muy superior al de muchas líneas de texto.

La escasez de medios técnicos y económicos en la confección del periódico popular, muchas veces no permite el usar estas imágenes; pero el dibujo, el grabado y otros mecanismos nos han demostrado su eficacia en la ilustración de periódicos populares, y un antecedente existe en la gran cantidad de ilustraciones que circularon en México durante el movimiento popular de 1968. Esto, sin embargo, se ha continuado muy débilmente, como lo muestran los múltiples intentos de periodismo popular, mismos que no han podido desarrollar un arte gráfico popular para sus periódicos.

cos, imaginativo, creativo, que no implique un gran costo económico.

Ya se ha mencionado, en párrafos anteriores, la necesidad de que el periódico popular nazca, en lo posible, "libre"; es decir: que incluso la técnica de su elaboración corre el riesgo de "contaminarse", utilizando el encabezado, el diagramado o formato, e incluso la redacción misma de la información, jerarquizando y destacando la misma con un criterio definitivamente comercial; aunque también es cierto que es necesario conocer estas técnicas, para ponerlas al servicio de las causas populares. Por lo tanto, a riesgo de entregar un manual o una receta, nos permitimos proporcionar algunas sugerencias técnicas, que resultan importantes en relación con la cultura y las costumbres que nos han sido internalizadas, con el objeto del consumo de las noticias.

El formato

Cuando tenemos todo el material listo, antes de ser pasado a la impresión, estamos listos para hacer el formato.

El formato es el arreglo del material, en la misma forma en que el grupo desea que aparezca en el periódico impreso.

El título del periódico puede estar a todo lo ancho, desde el margen izquierdo, al derecho. Hay procedimientos para arreglar al título con letras especialmente grandes; abajo de él aparecen datos, tales como: número de volumen, número de edición, fecha, etcétera, encerrados en un cinto; debajo de este cinto se puede poner la "cabeza" principal, es decir: el título que define a la noticia más importante. Esto es así, debido a que ese es el lugar donde se fija la vista instantáneamente. Por ser la noticia más importante, se puede utilizar dos líneas o renglones. La segunda noticia en orden de importancia puede colocarse inmediatamente después. Cada noticia puede tener un título, y la información puede ser cortada y hacer un "pase" a la segunda o tercera hojas; esto nos permite, también, llamar la atención a informaciones complementarias sobre otros temas en esas páginas.

Asimismo, es prudente utilizar una ilustración, un dibujo, o caricatura, o fotografía o grabado según los recursos, buscando siempre la originalidad de éstos.

Hay que tratar de no saltar de una noticia a otra; la falta de orden dificulta la organización del material. Es probable que, poco a poco, el grupo experimente con arreglos más interesantes, que reflejan, cada vez más, un estilo propio y definido de la organización.

El acceso a más de una máquina de escribir puede añadir variedad en la presentación del periódico, teniendo siempre en cuenta el equilibrio, es decir, que las letras grandes o ilustraciones no queden del mismo lado de la página. Es conveniente, entonces, preparar una prueba, utilizando una hoja en blanco del mismo tamaño que la del periódico, señalando dónde debe colocarse cada parte del material.

Para una organización popular, el costo del tiraje debe ser reducido; es conveniente, entonces, preparar gente que sepa el manejo del mimeógrafo, o de otro instrumento de impresión. Estos se encuentran desde los más simples, de uso manual y que han sido probados eficazmente, hasta los electrónicos.

Estas son algunas reglas básicas para editar y publicar. Incluyen sólo una introducción sobre un aspecto amplio.

Se ha tratado de demostrar aquí que no es difícil comenzar un periódico popular; es sólo el primer paso y aún hay mucho que aprender y mucho que hacer en las tareas de liberación de los pueblos.

CONCLUSIONES.

Una de las diversas tareas que tiene un profesional es la de conocer, en su mayor nivel de profundidad, los aspectos más relevantes del medio donde está inmerso. Así, podríamos afirmar que la tarea del Trabajador Social, en principio, pasa por el reconocimiento de la realidad social donde va a trabajar, por lo tanto, no debe desconocer el papel asistencial de las instituciones de gobierno, ni deberá convertirse en simple crítico del paternalismo institucional. ¿Cómo ha afectado a la conciencia popular este trabajo y en qué medida ha mediatizado el desarrollo de las organizaciones populares? ¿Cuánto han coadyuvado estas políticas institucionales a la inmovilización social o a la participación social? ¿Cuánto de este trabajo hecho por profesionistas comprometidos con su pueblo es rescatable? Estas son algunas preguntas que debe plantearse el Trabajador Social, y que deben ser contestadas con amplitud, para saber de dónde partimos en el trabajo de grupos sociales.

Con este conocimiento, con la práctica cotidiana y con la teoría del Trabajo Social, deberán desarrollarse una teoría y una praxis propias, adecuadas a nuestra realidad, sin trasladar esquemas, por muy latinoamericanos que estos sean.

Deben ser desarrollados métodos propios, técnicas creativas, adecuadas a la idiosincracia de un país como México, que es un mosaico de culturas, cuyas diferencias étnicas son muy notorias.

Hemos partido, para el desarrollo de este trabajo, con elementos de la Promoción Sociocultural desarrollada por Ezequiel Ander-Egg, sólo como marco referencial, porque el desarrollo de periodismo popular cobra matices diferentes y propios en nuestro país.

Las formas de manifestación cultural son bastas inagotables debe ser una fuente que nutra el desarrollo de formas contestatarias de las manifestaciones populares, urge ampliar y desarrollar aspectos tales como la danza, el canto, el teatro popular, etcétera, hacer teoría desde el ángulo de la llamada super estructura económica, saber que hay interrelación entre los procesos económicos y los procesos super-estructurales, estos últimos alejados de los análisis de las organizaciones y partidos políticos e incluso descuidado por los teóricos del cambio social.

Para el trabajador social se hace urgente el escribir, el teorizar sobre otros aspectos de la cultura popular, que le brinden métodos y técnicas; es decir el cómo nos vinculamos con la gente, el cómo se realiza un trabajo, cómo se organiza, qué elementos debemos tomar

en cuenta, etcétera. Quizá el ejemplo desarrollado en este trabajo sobre la industria refresquera Pascual nos haga reflexionar sobre cómo las organizaciones populares generan y enriquecen su lucha, haciendo aportes a la teoría de la comunicación y al Trabajo Social, dando elementos para que, mediante una metodología cuidadosa, el trabajador social pueda desprender análisis y formas de trabajo para otras experiencias similares.

Cabe señalar que el periodismo popular, junto con otras peculiaridades que lo ponen en entredicho, es, hasta hoy, en el marco de la Iglesia católica, la vanguardia en las comunidades. Es impresionante el número y el tiraje que logran imprimir diversas comunidades de base, aunque no es menor cierto que se dejan sentir con mucho menos influencia otro tipo de organizaciones dirigidas a las comunidades como el periódico venceremos María Liberación, y otros que no han sido tocados en el desarrollo de esta investigación, pero son dignos de su análisis en otros trabajos futuros. Hay aquí un campo inmerso que desarrollar por los profesionales interesados en el campo de la cultura popular.

En síntesis podríamos señalar que el sentido general de este trabajo nace de la idea de analizar los

problemas centrales de la comunicación, y su relación con el Desarrollo de la Comunidad, en la primera parte abarca conceptos tales como comunicación, esquema de la comunicación, elementos que integran tal esquema y la propuesta de cambio de esos elementos tales como el perceptor o bien integrando otros elementos como el contexto y la formación social donde se expresa el mensaje.

Cuestión que permite el análisis de estos elementos, se hace énfasis en el aspecto informativo y manipulador de los medios de comunicación de masas, sus objetivos e intereses. Paralelamente observando aspectos de Trabajo Social se habla de la experiencia del Desarrollo de la Comunidad poniendo énfasis en el accionar de la llamada Promoción Socio-cultural y desprendiendo la idea central del quehacer del Trabajo Social, es decir, que basándose en la experiencia del Trabajo Social de los años 60 y pasando a la corriente de reconceptualización el Trabajo Social recoja la experiencia y origine una teoría propia aplicable a la realidad concreta de su país.

El Periodismo Popular es simplemente un elemento de los múltiples que el Trabajador Social en la práctica misma puede encontrar para desarrollar, constituyendo así un nuevo campo de acción para el Trabajo Social, devolver

el habla al pueblo, parece ser un resultado de la organización popular, que se revierte reforzando la propia organización.

BIBLIOGRAFIA

Ander-Egg, Ezequiel.
Algunas consideraciones en torno del VIII Congreso Latinoamericano de Sociología.

Ander-Egg, Ezequiel.
Metodología del Trabajo Social.
Ed. Instituto de Ciencias Sociales Aplicadas.
España, 1982.

Ander-Egg, Ezequiel.
Diccionario del Trabajo Social.
El CID Editor.
Caracas, 1978.

Ander-Egg, Ezequiel.
Metodología y Práctica del Desarrollo de Comunidad.
Editorial Humanitas.
Buenos Aires, 1976.

Algara, Ignacio.
El Concepto y Práctica de la Promoción Social en México.
Cuadernos de Dinámica Habitacional.
México, 1982.

Araneda Alfaro, Luis.
Concientización.
Documento XVI Congreso de Escuelas de Servicio Social.
Holanda, 1972.

De Oliveira Lima, Lauro.
Educación para la Comunidad.
Editorial Humanitas.
Buenos Aires, 1970.

Expansión, Revista,
18 de Abril de 1979.
Informe especial, El periodismo en México.

Fallari, Roberto; Hernández, Jeanette; Sánchez Peralta, F.
Trabajo en Comunidad: Análisis y Perspectiva.
Edición de la UAS.
México, 1984.

Instituto de Ciencias Sociales Aplicadas, CELADEC.
Periodismo Popular.
 Lima, Perú.

Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa.
Práctica Teórica y Práctica Profesional de la Comunicación Educativa y Cultural.
 México, 1984.

Kluckhohn, Clyde.
Antropología.
 Ed. Fondo de Cultura Económica.
 México, 1977.

Kruse, Herman C.
Introducción a la Teoría Científica del Servicio Social.
 Editorial ECRO.
 Argentina, 1974.

Laurence, Robert.
Periódicos rurales mimeografiados.
 Ed. Centro Regional de Ayuda Técnica.
 México, 1971.

Margulis, Mario.
La Cultura Popular.
 Revista Arte Sociedad Ideología.
 México, 1977.

Mata García, Bernardino.
Un modelo alternativo a la educación y capacitación campesina en México.
 UACH.
 México, 1981.

Mattelart, Armand.
 El periodismo revolucionario está por desarrollarse.
 Revista "Chile hoy" No. 5.
 Chile, 1974.

Novo, Salvador.
El periodismo en México.
 Editorial Tradición, S.A.
 México, 1974.

Nuncio, Abraham.
Información y poder.
Ed. Universidad Autónoma de Sinaloa.
México, 1978.

Palgunov, N.
La prensa y la opinión pública.
Editorial Cartago.
Buenos Aires, 1966.

Prieto, Daniel.
Elementos para el análisis de mensajes.
Editor: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educati
va.
México, 1982.

Proyecto Académico Plan de Estudios de Trabajo Social.
Mazatlán, 1979.

Taibo, Ignacio.
Cuadernos de Insurgencia Sindical Pascual Sexto Round.
Ed. Extemporáneos.
México, 1983.

Taufic, Camilo.
Periodismo y Lucha de Clases.
Ed. Roble.
México, 1973.

Trejo Dalarbre, Raúl.
La Prensa Marginal.
Ediciones El Caballito.
México, 1975.

Universidad.
Organo de Difusión de la Universidad de Puebla.
Testimonio de Solidaridad y Determinación.
México, 1985.

FESTIVAL DE **SOLIDARIDAD** DE TRABAJADORES A TRABAJADORES



Día: Miércoles 11
 Hora: 12 del día u
 6 de la tarde
 Lugar: SALA ALBERT
 EINSTEIN

CON LA MELODIOSA Y
 RÍTMICA PRESENCIA DE
 GRUPOS MUSICALES,
 LA REPRESENTACIÓN
 TEATRAL DE LAS ESPO-
 SAS Y FAMILIARES DE
 LOS TRABAJADORES DE
 REFRESCOS PASUAL
 QUE INTEGRAN EL:
 COMITE DE LUCHA
 FEMENIL.

Y
 → CINITO... ¡CAMARERA!

COOPERA PARA LA HUERA
 CON COMESTIBLES O CON
 DINERO.
 DALO TU MISMO

AHORA SÍ QUE NO TE HAGAS PATO... ENTRALE CON TU CUERNO!

UVVD

UNIÓN de VECINOS y DAMNIFICADOS
19 de septiembre

BOLETÍN INFORMATIVO 2

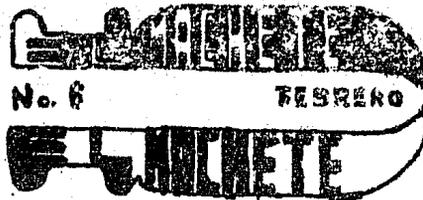
1 DE NOVIEMBRE 85

**NO
A LA
NORMALIDAD
NO A LA
RESIGNACIÓN**

**SI, A LA ORGANIZACIÓN
Y LA ESPERANZA!**

FORJADA CHAC

MOVIMIENTO
OBRERO



1984
1984

TRABAJADORES DE CERVECERIA MOCTEZUMA

Compañeros:

Vamos a hacer un análisis y a tratar de aclarar un poco más lo que pasó en nuestra asamblea del día 22 de enero de 1984, en donde Emigdio Núñez Hernández se descubrió ante toda la asamblea y demostró cuáles son sus verdaderos intereses, que son personales y no colectivos.

Como todos sabemos, Emigdio Núñez participó en la Comisión Revisora de nuestro Contrato Colectivo de Trabajo y mientras se llevaba a cabo dicho proceso, en una asamblea el citado compañero expresó que "estaba dispuesto a dar hasta la vida por sacar una buena revisión" y, más tarde, durante otra asamblea, afirmó estar de acuerdo con lo que la empresa ofrecía y acusó al Comité Ejecutivo y a los otros cinco miembros de la Comisión de no querer firmar.



Es lógico que la Comisión debía negociar lo mejor para nosotros y nuestras familias y no hacer lo que la empresa ofreciera.

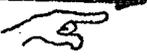
Y ahora, por lo que dijo en la asamblea del domingo 22 de enero de 1984, al tomar la palabra, que él estaba seguro de que se hubiera logrado arriba del 30 por ciento directo al salario, más los dos puntos al fondo de ahorro, lo cual no hubiéramos podido lograr. Por dos cosas: Una, por la falta de organización y la otra, por tanto charro y traidores.

PLAN DE MEJORAMIENTO

Cooperativa de Vivienda y Serv. Hab. "GUERRERO", Reg. SIC

No. 2907-C

CASAS



BARATAS

AL ALCANCE DEL BOLSILLO

"MAS PEQUEÑITO"

Handwritten signature

COOPERACION
UN PESITO.



Compañero, cómo está su vecindad? Reparable? En ruinas? O es de las que ya se desplomaron o están por caer?



En el Plan para mejorar el Barrio se incluyen varios programas para el arreglo y reparación definitiva de viviendas.

!!! CONOZCALOS !!!

LA TUERCA

Nº 9



FEBRERO 86

LA LUCHA POR EL CONGRESO: UNA LUCHA POR LA DEMOCRACIA SINDICAL.

Un grupo de dirigentes magisteriales de Oaxaca hicieron un recuento de los hechos más significativos de su lucha por conseguir el Congreso donde deberá elegirse el comité Ejecutivo Seccional, y enfatizaron que:

En la situación actual del país la lucha de Oaxaca reviste grandes dimensiones porque además de estar en juego una planilla contraria a los charros, esta lucha por el Congreso se traduce en una lucha por la Democracia de los Sindicatos: por un lado hay manifestaciones de inconformidad en otros estados de la República y en el D.F. por la imposición de delegados y por otro lado el triunfo del Congreso de Oaxaca representaría poder revitalizar los movimientos populares, reagrupar la inconformidad que se vive a nivel popular y expresarla en organización de lucha, avanzándose en diferentes sectores y sindicatos, o sea, incidiendo en el avance de la democracia en otros sindicatos donde ahorita se están haciendo emplazamientos a huelga, demandas salariales etc. Ese es el temor del Gobierno Federal porque los sindicatos democráticos son los que tienen capacidad de demandar aumentos salariales y de apoyar a otras organizaciones en sus demandas populares.

CRONOLOGIA DE LA LUCHA POR CONSEGUIR EL CONGRESO

11 DE DICIEMBRE DE 84. - La Sección 22 del SNTE (Oaxaca) solicita al Comité Ejecutivo Nacional (CEN) la realización del Congreso Estatal, que debería realizarse el 22 de febrero del 85, para el

PRECIO : \$ COOPERACION VOLUNTARIA.

EN ORIGIN EN PUBLICACION.
A LOS TRABAJADORES DE LA COSTURA.

Las declaraciones del secretario "A" de la secretaria del Trabajo González Peralta en la Cámara de Diputados el día 27 de noviembre en el sentido de que " el problema de las costureras ya se solucionó" es totalmente falso.

Hasta la fecha sigue sin ser resuelto el problema, muy pocas causas son en los que existe solución y en la mayor parte los patrones han huido, se han declarado insolventes o se niegan a pagar, evadiendo sus obligaciones laborales; así mismo los funcionarios de la Secretaria del trabajo han actuado coeliliatorianamente sin ejercer toda la autoridad de que disponen para obligar a los patrones a solucionar de una vez por todas los problemas.

Consideramos que el gobierno es corresponsable de la sobreexplotación que se practica en la Industria de la Costura, ya que se han coludido con los patrones y a los líderes venales los han solapado.

Es en función de la ausencia de una solución real a nuestros problemas y para exigir que la Comisión de Emergencia tome parte en la solución por lo que El Sindicato " 19 de septiembre " acompañada por varias organizaciones sociales y sindicales fraternas realizará los siguientes actos.

- 1.- Marcha en Netzahualcoyolt el sábado a las 16:00 horas del Burger Boy al **Palacio Municipal** .
- 2.- Un **PLANTON EN EL ZOCALO** de la Ciudad el 2 de Diciembre a partir de las 10:00 a.n. en donde exigiremos al Gobierno la solución inmediata y definitiva a las demandas de las costureras damnificadas.

" Todos al Plantón del Zócalo "

" Por la solución real de nuestros Problemas "

" **POR UN SINDICATO EN MANOS DE LOS TRABAJADORES** "

Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria de la Costura, de la Confección , del vestido, Similares y Conexos " 19 de septiembre "

28 de noviembre de 1985.