



Universidad Mariano Gálvez de Guatemala

"y conoceréis la verdad y la verdad os hará libres."

Juan 8:32

**UNIVERSIDAD MARIANO GÁLVEZ DE GUATEMALA
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADO
FACULTAD DE HUMANIDADES
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN
CURSO: COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN INTERCULTURAL
CATEDRÁTICA: LICDA. M.A. MARÍA ANTONIETA REYES DE MARIN**

**UTILIZACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LA
INTERCULTURALIDAD**



INTEGRANTES

HANDY CÁRLILY ROBLES ARAGÓN	7752-11-14261
KARLA VANESSA VELÁSQUEZ KEGEL	7752-14-19968
BRENDA LETICIA HERNÁNDEZ RUIZ	7752-09-1558
ADRIANA CECILIA FUENTES ESCOBAR	7752-09-13708
CLAUDIA MISHEL LAÍNEZ MÉNDEZ	7752-11-12238
CESAR TIMOTEO IXCOY GARCÍA	7752-11-12674

COATEPEQUE AGOSTO DE 2016

Índice

I.	Introducción	Pág.4
II.	Justificación	Pág.4
III.	Utilización de los medios de comunicación en el marco de la interculturalidad	Pág. 5
IV.	1. Medios de comunicación	Pág. 5-6
	2. División de los medios de comunicación	Pág. 7
	2.1. Por su estructura	Pág.7-8
	2.2. Según su carácter	Pág. 8
	3. La importancia de los medios de comunicación	Pág. 9- 10
	4. Interculturalidad	Pág.10-11
	5. Educación e interculturalidad	Pág. 11
	6. La interculturalidad como proceso comunicativo	Pág. 12-13
	7. Medios de comunicación y su utilidad en la interculturalidad	Pág. 14-16
V.	Conclusión	Pág. 17
VI.	Recomendaciones	Pág. 18
VII.	Propuesta	Pág. 19
VIII.	Egrafía	Pág. 20

I. Introducción

A lo largo de la historia se ha estudiado el fenómeno de la comunicación y su incidencia en la cultura, en la sociedad debido a que los medios inciden hoy más que nunca en la educación de la juventud, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades, ponen en nuestras manos diferentes temas, de tipo nacional, internacional, algunos no tantos; influyen de tal manera, que han cambiado la forma de gobernar y de hacer política, los medios están interfiriendo en nuestra formación cultural, en la manera de relacionarnos con el mundo y con nuestros semejantes, en el trabajo y en fin en toda nuestra vida.

Estos se han vuelto tan indispensables en nuestro diario vivir, que ya no podemos estar sin un celular en la mano, sin internet, sin tv, sin radio, prensa o cine. Pero que tan benéfico o perjudicial puede ser para la sociedad el auge de dichos medios.

El tema de los medios de comunicación es relevante en la temática de interculturalidad y que los medios son protagonistas de grandes e importantes cambios que han sido beneficiosos para el hombre, por ejemplo, el poder estar informado acerca de lo que ocurre en otros lugares, conocer sitios que están fuera de nuestros alcances, interactuar con personas de otras culturas, darnos a conocer al mundo, realizar labores en corto tiempo, etc.

II. Justificación

La presencia de las culturas y pueblos del mismo contexto gráfico, en muchos casos debido a la imposición de una cultura considerada superior, se genera conflictos de distinta naturaleza entre los que se mencionan los problemas políticos, sociales, económicos y culturales.

Los antivalores como la justicia, la discriminación, el racismo y la equidad de género provocan el desconocimiento de culturas y pueblos enteros en que la práctica no se beneficia de los servicios públicos de manera diferenciada y se exponen los desplazamientos y pérdida de sus elementos culturales como la lengua, la cosmovisión, y valores y sus instituciones.

El mundo actual ha vivido y sigue viviendo experiencias donde el conocimiento y exclusión de culturas y pueblos son generadores de luchas violentas cuyas consecuencias tardan mucho tiempo y se traslada de una generación a otra.

En la actualidad, han aprendido distintos esfuerzos por estudiar, y comprender la multiculturalidad y construcción de interculturalidad para establecer y considerar relaciones equitativas y mejores condiciones de vida con la participación y aporte de todas las culturas y pueblos. Este tipo de relación se vale de los medios disponibles como la radio, prensa y televisión e internet para promocionar y conocer cada una de las culturas existentes y un sistema educativo que fomente la educación para la cultura de paz

III. UTILIZACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LA INTERCULTURALIDAD

1. Medios de comunicación

Medios de Comunicación, son una de las maneras más eficaces y rápidas de transmitir un Mensaje, son un vehículo mediante el cual los diferentes poderes de la Sociedad pueden ser escuchados. El propósito principal de los medios de comunicación masiva (prensa, revistas, noticieros de radio y televisión, cine, páginas web) es, precisamente, comunicar, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en; informar, educar, transmitir, entretener, formar, opinar, enseñar, etc.

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, a muchas personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.



Todos los días, los individuos y las comunidades acceden a material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global. Para comienzos del siglo XXI, y en casi todas sociedades que habitan el mundo, los periódicos, estaciones radiales y páginas web son ejemplos de la compleja naturaleza de los medios de comunicación.

En nuestras sociedades, estos canales son esenciales para el establecimiento y desarrollo de todo proceso de interacción humana. Los medios de comunicación son la materialización física de la necesidad de relacionarse entre sí que tienen todos los humanos. Mediante ellos se describen situaciones y problemas propios de nuestra realidad y, en la mayor parte de las oportunidades, se plantean análisis que contribuyen a su discusión. Los medios de comunicación permiten establecer procesos de intercambio de conocimientos y debates de carácter social.

A comienzos del siglo XXI, los medios de comunicación también constituyen una



gran red de plataformas tecnológicas que excede los límites nacionales. Actualmente existen redes globales, nacionales, regionales y comunitarias, constituidas por periódicos, revistas, emisoras radiales, canales de televisión y páginas web. Cada una de estas plataformas define la materialidad de la información que se transmite.

Por ejemplo, los periódicos publican diariamente artículos, columnas de opinión, infografías y fotografías; las emisoras, en sus programas, cubren de manera exhaustiva los acontecimientos que están pasando en cualquier lugar y a cualquier hora; los canales de televisión, con sus noticieros, sus programas de discusión, sus telenovelas y sus partidos de fútbol, parecen traer la realidad a la casa de los televidentes.

A pesar de que en estos tiempos nuestra relación con los medios de comunicación sea un asunto cotidiano y casi natural, pues a diario vemos, escuchamos, leemos y estamos en contacto con diversas plataformas informativas.

Para algunos sectores de la sociedad contemporánea, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Por ejemplo, una página web es útil para publicar un contenido que necesite divulgación inmediata entre varios sectores de nuestra comunidad.

2. División de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación se dividen, para su estudio en:

- ❖ Por su estructura física.
- ❖ Según su carácter.

2.1. Por su estructura:

Medios audiovisuales

A rasgos generales, los medios audiovisuales son los que pueden ser escuchados y vistos. Es decir, los Dispositivos que se basan en imágenes y sonidos para transmitir la información, como es el caso de la televisión y el cine.



Medios radiofónicos

La radio es el único medio que hace parte de los medios que transmiten información por medio de formatos sonoros, la radio genera emociones trascendentales en los oyentes.

Medios impresos

Las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar, hacen parte del grupo de los medios impresos.



Medios digitales

Entre los medios digitales sobresalen los blogs, las revistas virtuales, las versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, páginas web de divulgación y difusión artística, emisoras de radio virtuales, entre otros. La rapidez, la creatividad y la variedad de recursos que utilizan los medios digitales para comunicar hacen de ellos una herramienta muy atractiva.

2.2. Según su carácter:

Informativos

Su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos.



De entretenimiento

Hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, entre otros.



De análisis

Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por

ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia. El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas.

Especializados

Dentro de este tipo de medios entran los culturales, los científicos y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y rigurosamente tratados. Un ejemplo de ellos pueden ser los documentales audiovisuales y las revistas científicas, literarias, deportivas o musicales

3. La importancia de los medios de comunicación

Hoy por hoy, nadie discute la importancia de los medios de comunicación en la sociedad actual. Nos encontramos inmersos en una sociedad mediática y nuestro estilo de vida convive con los mensajes que nos transmiten los medios de comunicación. De la misma forma, hablar de medios de comunicación implica abarcar un abanico de posibilidades muy amplio: muchos canales de televisión, radio, Internet, publicaciones impresas de todo tipo...



Los medios de comunicación de masas constituyen un aparato de socialización muy importante: influyen en

nuestras ideas, hábitos y costumbres. Algunos expertos incluso llegan a afirmar que la cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio, excede en gran medida al volumen de información que llega a través de la enseñanza y los contenidos que se transmiten en la escuela. (Fernández, 2002)

Los medios de comunicación tienen un gran potencial como agentes de formación y socialización, junto con la escuela y la familia, en la vida de los niños.

Por ello consideramos que los medios de comunicación son relevantes en el tema de la interculturalidad ya que por medio de ellos podemos transmitir nuestra cultura y conocer más acerca de las diferentes culturas.

4. Interculturalidad

El concepto de interculturalidad apunta a describir la interacción entre dos o más culturas de un modo horizontal y sinérgico. Esto supone que ninguno de los conjuntos se encuentra por encima de otro, una condición que favorece la integración y la convivencia armónica de todos los individuos.

La interculturalidad interpersonal, sucede cuando individuos de distintas culturas entran en contacto directo a partir de algún medio electrónico, como Internet, la radio o la televisión.

Interculturalidad interpersonal.

Desde este espacio donde nos comunicamos, sin escaleras ni ascensores, sin timbres ni campanas. Sin necesidad de mirar el reloj a cada momento, sin luces brillantes, con toda la libertad para expresar nuestro sentir, para salir y entrar cuantas veces creamos necesario.



Desde aquí nos sentimos tan cercanos que podemos disfrutar de ese enriquecedor intercambio cultural.

Con diversos idiomas y dialectos, diferencia de edades, costumbres, creencias religiosas, expresiones de arte, toda una diversidad que permite unir pueblos y culturas, encontrar verdaderos amigos, transitar con ellos diferentes caminos, solidarizarnos con cada momento que la vida nos presenta.

Permiten mejorar situaciones, respetar los credos religiosos, ver en la otra persona a un amigo, un hermano, sin intereses económicos de por medio, donde las relaciones fluyen dentro de un ambiente de paz y de armonía.

La interculturalidad entraña comunicación e interacción entre culturas, que se comunican por necesidad de una o de ambas partes. Es ahí donde los medios de comunicación tienen un rol significativo ya que por medio de los mismos se lleva a cabo una interculturalidad, en la cual acontece esa convivencia o intercambio entre culturas.

5. Educación e interculturalidad

La interculturalidad desde un enfoque integral y de derechos humanos, se refiere a la construcción de relaciones equitativas entre personas, comunidades, países y culturas. Para ello es necesario un abordaje sistémico del tema, es decir, trabajar la interculturalidad desde una perspectiva que incluya elementos históricos, sociales, culturales, políticos, económicos, educativos, antropológicos, ambientales, entre otros. (Rivera, 2006)



En el caso específico del tratamiento del tema en el ámbito educativo, se refiere no únicamente a la Educación Intercultural Bilingüe, que ha tenido un importante desarrollo en nuestros países, sino también a la interculturalización de la educación, en temas fundamentales como leyes de educación, proyectos educativos, objetivos, políticas, planes y programas, currículo, formación docente, textos escolares, cultura escolar y el intercambio con la comunidad y el contexto.

Una propuesta de educación e interculturalidad plantea un diálogo entre iguales y en igualdad de condiciones, el encuentro entre personas



y culturas, el intercambio de saberes, hacia una educación intercultural, inclusiva y diversa. La riqueza de los saberes y conocimientos de cada cultura es uno de los objetivos fundamentales de la educación contemporánea. Es necesario que este objetivo se concrete no únicamente en contenidos o materias,

sino en los mismos principios, enfoques y programas nacionales educativos, así como en la misma institucionalidad educativa.

Permite además el fortalecimiento de la identidad, el intercambio de saberes pertinentes y contextualizados, de relaciones democráticas y armónicas, el conocimiento articulado a la vida, el desarrollo de capacidades prácticas para actuar en el mundo, y la construcción de un modelo propio de desarrollo humano y sostenible, en el cual la educación cumple un papel preponderante.

6. La interculturalidad como proceso comunicativo

La interculturalidad es, antes que cualquier otra cosa, una postura. Una postura híbrida, una tarea por hacer, una tarea inconclusa que plantea la necesidad de buscar caminos para la integración, la armonía y el desarrollo humano. Por ello, el ser intercultural se corresponde fundamentalmente no con la ejecución concreta y particular de estrategias o acciones encaminadas a tal fin, sino con el acto mismo de pensar y actuar conforme a un pensamiento intercultural.

La postura o actitud intercultural obedece a un sinfín de factores que, heredados, adquiridos y/o contruidos en un porcentaje indeterminado y dependiente en su mayoría de cada sujeto particular, afianzan la idea de la interculturalidad como un pendiente de las relaciones humanas y las políticas de gestión social.

El hacer y el saber intercultural nos coloca en el punto medio de los ámbitos de tensión entre lo ideal y lo real, entre el fin perseguido y la realidad que lo produce y lo acoge. Su falta de concreción no comporta necesariamente inoperancia, sino más bien la clara convicción de que se trata de



un camino en constante construcción, cuyo recorrido es en la misma medida fruto de un pensar y un hacer intercultural.

Como proceso, la interculturalidad pasa de manera indefectible por la comunicación o para ser más exactos, es comunicación intercultural. La

comunicación, comprendida como interacción, es vínculo entre sujetos, es relación antes que cualquier otra cosa. Y por ello, la interculturalidad no puede ser otra cosa que comunicación intercultural, y apuesta tanto a la competencia como a la cooperación y la disposición que permiten a los sujetos compartir saberes y acciones, poner en común o en contacto la urdimbre de significados que dan sentido a la vida cotidiana, a sus prácticas y a sus representaciones simbólicas.

En la medida en que esta comunidad de vida sea mayormente compartida, la posibilidad de incrementar la eficacia de la comunicación y en particular de la comunicación intercultural será también mayor, y en consecuencia mayor posibilidad habrá que emisor y receptor entiendan, asuman y aprehendan recíprocamente el sentido que tienen las cosas para cada uno de ellos.

En el proceso de comunicación intercultural, dos instancias “culturales”, dos universos simbólicos e interpretativos diferentes entran en contacto e intercambian, no sin conflictos, informaciones. La semiosis es el mecanismo por excelencia que permite la entrada, la salida y el entrecruzamiento de la información necesaria para la comunicación.

7. Medios de comunicación y su utilidad en la interculturalidad

Los medios de comunicación nos abren la puerta para conocer elementos de las culturas en su origen, nos permiten adentrarnos en sentimientos, dramas, opiniones o ideologías.

El papel intercultural de los medios de comunicación está “íntimamente ligado al



reconocimiento de la identidad y la difusión de sus diálogos en sociedad, sin modificar la esencia de las manifestaciones culturales, sin sesgar la información. (Vicario, 1995)

La nueva tecnología propicia el acceso democrático a la comunicación de todos los individuos, pueblos y culturas. La nueva revolución tecnológica, facilita que el mundo esté cada vez más intercomunicado, y como situación de facto, que se convierta en un mundo cada vez más intercultural.

La utilidad los medios de comunicación tienen la capacidad de facilitar este diálogo intercultural. Oponiéndose a las actitudes predominantes y a los supuestos en relación con los numerosos “otros” de nuestro mundo, los medios de comunicación pueden superar los estereotipos, promoviendo la tolerancia y la aceptación de la diferencia que valora la diversidad como una oportunidad para el entendimiento.

Los medios de comunicación ayudan a reducir la incertidumbre y la ansiedad que provoca el encuentro intercultural. El cine, por ejemplo, puede ayudar a conocer y valorar mejor otras culturas, otras normas de vida y convivencia (Gurpegui 2000). La base es compartir información y expectativas o lo que es lo mismo, valorar sus aspectos cognitivos, acrecentar las habilidades para enfrentarse a los diferentes retos que supone entender, relacionarse con personas de otras culturas en sus aspectos afectivos, y la capacidad para actuar creativamente con vistas a mejorar relaciones entre personas, pueblos y culturas, y favorecer el intercambio comunicativo. (UNESCO,



2001). Es imprescindible que los medios de comunicación y las nuevas tecnologías se impliquen para formar un inmenso clamor popular, que, pacíficamente, reoriente los rumbos actuales guiados por intereses a corto plazo de una minoría. (Mayor Zaragoza, 2006)

Asimismo facilitan el encuentro de las culturas toda vez que aborden la presencia de distintos grupos, pueblos y civilizaciones en algún contexto específico que puede ser un Estado o alguna región dentro del estado o que supere las fronteras de este.

De esta manera los medios de comunicación también hacen posible que los grupos étnicos se estimen y celebren sus tradiciones culturales, compartiéndolas con los demás y transmitiéndolas a las nuevas generaciones.

Los medios de comunicación permiten el fortalecimiento de la cultura de los pueblos que comparten la misma cultura, apoya a los vínculos de la vida comunitaria y reflejan la manera intencional las fronteras del grupo por lo que “los medios de comunicación pueden usarse para construir y apoyar a la comunidad humana.



IV. Conclusión

La influencia que tienen los medios de comunicación en la cultura, es evidente ya que estos son cómplices en la construcción de experiencias culturales, el cine y la televisión en particular a través de la imagen son forjadores de conducta en el ser humano, un ejemplo, los niños quieren parecerse a los héroes de sus programas favoritos, las niñas desde pequeñas quieren verse estilizadas y a la moda, los jóvenes imitan conductas delictivas que son presentadas de forma natural en ciertos programas; desde esta perspectiva es innegable el poder ejercido por los medios.

En la actualidad, el mundo y los estados cuentan con diversidad de medios de comunicación masiva entre los que se encuentran el cine, la televisión, el internet, la radio y la prensa escrita que cumplen con funciones de informar, sensibilizar y contribuir a la democracia al interno de los pueblos.

Se habla de una pedagogía de la comunicación que une a educación, tecnología y los medios de comunicación que realmente constituye una potencia para la comunicación, el desarrollo y la formación de la población.

Los medios de comunicación son instrumentos que facilitan la comunicación, el dialogo entre culturas a través de debates, foros, mesas y también la población puede exponer los componentes de su cultura para el conocimiento de los demás pueblos propiciando la tolerancia y aceptación de la diferencia.

Asimismo cumplen con la sensibilización de todos los miembros de la población acerca del tema culturas y pueblos y su propia diversidad cultural, promoviendo el dialogo, transferencia de información, valores y conocimientos y la cosmovisión de cada cultura

V. Recomendaciones

El sistema educativo debe aprovechar todos estos medios que llegan a los niños e insertarlos dentro de su plan de estudio. El objetivo es hacer más significativo el aprendizaje, prepararlos convenientemente en el uso de la información a la que libremente tienen acceso, para que puedan actuar de manera autónoma, crítica y reflexiva frente a la misma. Por otro lado prepararlos para que se enfrenten a una bien llamada "sociedad de la información".

La Comunicación Intercultural ha llegado a ser un reto ya que por la globalización nos hemos visto en la necesidad de conocer más de otras culturas para poder comunicarnos, pero en nuestro país, coincidimos con los compañeros, es muy difícil pues tenemos estereotipos de los indígenas que nos hace pensar erróneamente que no pueden entendernos, debemos ser nosotros en dar el primer paso para esa relación comunicativa ya que como seres humanos se merecen respeto y admiración por no haber perdido su cultura, su idioma y sus raíces.

La imagen de una cultura se forma a través de la sociabilización y experiencias propias del ser humano. Por lo cual se insta hacer uso de estos medios para desarrollar la comunicación con otras culturas haciendo uso de los libros, la prensa, la radio, la televisión, el Internet. La variable que determina el éxito de la comunicación intercultural en nuestro territorio es la concepción del mundo que los interlocutores tienen, la cual tiene tres dimensiones como son el propósito de la vida, la naturaleza de la vida y la relación del hombre con el cosmos.

VI. Propuestas

- ✓ Es importante concientizar tanto a docentes como educandos que la interculturalidad no consiste en cambiar lo existente aunque algunas veces pueda llevar a ello, sino en interpretar lo existente desde la diversidad y gestionarlo desde el respeto.
- ✓ Promover la multiculturalidad para una práctica convivencial cotidiana, social e institucional donde se tramiten respetuosamente las diferencias simbólicas que se inician con la manera distinta de percibir el mundo, de acumular tradición o proyectos de futuro y de mediar los aprendizajes.
- ✓ Motivar a los educandos a conocer más de su cultura y de otras culturas, haciendo uso de los medios de comunicación para promover una comunicación intercultural.
- ✓ Los medios de comunicación deben ser una vía de entrada a la cultura y a la comprensión del mundo. Integrar ciencias, tecnologías y humanidades confluirá en una educación intercultural de la ciudadanía consistente en la comprensión de la interdependencia, reciprocidad y respeto de la diferencia de las culturas, lo que supone ejercitar una educación para la comprensión y de actitud abierta ante la diversidad.

VII. Egrafía

<http://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>

<http://www.portaleducativo.net/octavo-basico/200/medios-de-comunicacion-prensa-television-internet-radio>

<http://www.definicionabc.com/social/interculturalidad.php>

<file:///C:/Users/creativas/Downloads/Dialnet->

[MediosDeComunicacionInterculturalismoYEducacion-230038.pdf](#)