

Foll.
372.83

2

M/340



MINISTERIO DE EDUCACION Y JUSTICIA

DOCUMENTO DE APOYO N° 2

EDUCACION CIVICA

CONFECCIONADO POR LA COMISION DE APOYO
A LOS DOCENTES DEL AREA,
DEPENDIENTE DE LA
SECRETARIA DE EDUCACION DE LA NACION

1984

Foll.
372.83



Ministerio de Educación y Justicia

| | |
|-----|----------------|
| UNV | 011340 |
| SI | Foll 372.83 |
| | 2 |

[Handwritten signature and initials]

DOCUMENTO DE APOYO N° 2

EDUCACION CIVICA

Confeccionado por la Comisión de Apoyo a los docentes del área, dependiente de la Secretaría de Educación de la Nación

- 1984 -

240

I N D I C E

| | Pág. |
|--|------|
| Presentación | 1 |
| <u>PRIMER AÑO</u> | |
| Cooperativismo | 3 |
| Actividades sugeridas | 6 |
| <u>SEGUNDO AÑO</u> | |
| Forma de vida democrática: actividades sugeridas | 8 |
| Formación de la opinión pública | 9 |
| Actividades | 16 |
| Quiebra del orden institucional: actividades | 18 |
| Soberanía territorial | 20 |
| <u>TERCER AÑO</u> | |
| Grupos aborígenes | 29 |
| Actividades | 36 |
| Problemas de la población: cuadro | 37 |
| Salud: Atención primaria | 40 |
| Salud mental: ABC | 41 |
| Alcoholismo | 42 |
| Tabaquismo | 46 |
| Drogadicción | 50 |
| Organización Mundial de la Salud | 52 |
| UNFDAC | 54 |
| Trabajo: actividades sugeridas | 57 |
| Organización Internacional del Trabajo | 58 |
| El sistema educativo. Problemas | 61 |
| Actividades sugeridas | 66 |
| Formas escolarizadas y no escolarizadas | 67 |
| Mapas de alfabetismo | 68 |
| Definiciones y actividades | 71 |
| UNESCO | 72 |
| Defensa Civil | 74 |
| El menor abandonado | 78 |
| UNICEF y otros organismos | 81 |
| Publicaciones de Clarín | 83 |
| Mutualismo | 84 |
| Seguridad Social | 87 |
| Partidos políticos: actividades sugeridas | 92 |
| Bibliografía recomendada | 93 |

PRESENTACION

Llegamos a ustedes con nuestra segunda entrega de material de apoyo, esperando que la misma resulte de utilidad y orientación para el mejor logro de los objetivos propuestos.

Consideramos, sin embargo, necesario profundizar sobre el aspecto metodológico de la asignatura y poner en conocimiento de los docentes, el criterio que se ha seguido para la elaboración de los contenidos de Educación Cívica, con la certeza de que dicho conocimiento permitirá un tratamiento más adecuado de los temas.

Como surge de la lectura del programa, se parte del estudio de la realidad inmediata, en 1º año, hacia los temas que exceden de esta realidad, en 2º y 3º año, teniendo en cuenta el momento evolutivo de los alumnos.

Cabe aclarar que los contenidos de 1º año incluyen en su última unidad "Integración de las provincias en el estado federal. Relación de poderes nacional y provinciales", con el objeto de que los educandos concluyan el ciclo lectivo con una idea integral de la organización institucional argentina.

Por lo tanto, es fundamental que el docente planifique de tal modo que esta unidad sirva de corolario a los demás contenidos.

Con respecto a la metodología, es necesario acentuar la necesidad del carácter participativo de manera que el alumno sea protagonista de la realidad. La actividad precede a toda conceptualización. Esta conceptualización será consecuencia de la vivencia personal de la realidad.

En síntesis, el tratamiento de todos los temas se basará en la actividad del alumno. El docente será guía, orientador, organizador, generador de actividades (las que deberán ser compartidas con el grupo), compatibilizador de ideas.

Si uno de los objetivos de la materia es que el alumno "desarrolle una actitud crítica y participativa ante la realidad socio-política y cultural", entendemos que dicha conducta se logra a través de un análisis profundo de los preceptos constitucionales, de la observación directa de la realidad, del comentario maduro sobre sus problemas y sus posibles soluciones, de la lectura cotidiana de la información periodística.

La participación se logra sólo actuando, generando acciones hacia el medio, hacia los semejantes y hacia sí mismo.

Viviendo la democracia, se aprende a vivirla.

Al participar activamente de la vida cívica del medio donde le toca actuar al alumno, estamos formando hombres comprometidos con el país, arraigados a su comunidad, interesados por sus problemas.

Los mecanismos que la vida democrática ofrece para participar: municipio, sindicatos, cooperativas, mutuales, partidos políticos, etc, son los canales por donde el civismo se expresa, por donde los hombres se integran al régimen representativo. La escuela tiene la obligación de acercarse a ellos, o acercarlos al aula para conocer sus fines, sus objetivos, sus pautas, sus leyes.

Para la mejor aplicación de la metodología propuesta, sugerimos la utilización de textos de estudio dirigido o de técnicas grupales, por parte del profesor. (remitirse a la bibliografía adjunta a este documento).

Sería interesante que los educandos compartan con el docente la formulación de los objetivos a proponerse en el curso del ciclo lectivo, y en el tratamiento de cada unidad.

Se sugiere a los docentes dictar a los alumnos todos los contenidos a desarrollar durante el año a fin de que se vaya haciendo acopio de material periodístico y bibliográfico. Para ello, es útil la preparación de una carpeta con índice donde se irán agrupando, por tema, todas las noticias que durante el año vayan apareciendo

en diarios y revistas, de modo que al llegar al tema, ya se cuente con material previamente hallado.

El conocimiento previo de los contenidos, e incluso de las actividades, permitirá a docentes y alumnos, hacer una selección del material bibliográfico y de otros recursos, como asimismo, planificar con el debido tiempo, las acciones, tanto escolares como extraescolares a desarrollar.

Es necesario además que el docente de esta asignatura organice actividades con los colegas de otras áreas.

Por ejemplo, con el profesor de Lengua se podrá analizar obras literarias que se adecuen a aspectos del programa, o desarrollar técnicas de estudio dirigido, en común.

Encontramos muchas conexiones con los programas de Historia o Geografía, fáciles de llevar a la práctica. Con Plástica se podrán organizar concursos de manchas, collage, afiches, etc., sobre temas que interesen a todo el ámbito escolar. El profesor de Actividades Prácticas podrá apoyar en tareas dirigidas a la comunidad.

Es importante que el docente de Educación Cívica irradie desde su ámbito, la vida en democracia. Toda actividad de difusión, a través de carteles, campañas, etc., servirá de complemento y apoyará esta cruzada de civismo que los educadores debemos emprender.

MODIFICACION EN LA DENOMINACION

UNIDAD: MUNICIPIO (Para CAPITAL FEDERAL)

Juntas Vecinales: léase CONSEJOS VECINALES

QUE ES LA COOPERACION:

Los hombres para trabajar y desarrollar un conjunto de actividades (estudio, recreación, etc.), no pueden realizarlo en forma aislada; deben establecer relaciones entre sí, relaciones que denominamos de cooperación.

QUE ES UNA COOPERATIVA:

Una cooperativa es una asociación de adhesión libre y voluntaria, entre hombres que, teniendo necesidades comunes-educativas, económicas, asistenciales, culturales- se unan para satisfacerlas a través de la ayuda mutua y el esfuerzo propio. Presta servicios a sus asociados y a la comunidad, no tiene fines de lucro y es gobernada democráticamente. Es una entidad de bien público, que defiende los intereses de los asociados y promueve el desarrollo económico, social y cultural de su área de actuación.

QUE TIPOS DE COOPERATIVAS EXISTEN:

Las cooperativas pueden clasificarse en dos grupos: de producción y de servicios. Otra distinción que puede hacerse entre cooperativas de trabajo asociado y cooperativas de usuarios del servicio. Existen cooperativas en todas las formas de actividad humana que tengan expresión económica (Ej.: de producción agrícola, industrial, artesanal, de comercialización, de consumo, de crédito, de seguro, de vivienda, de servicios públicos, de trabajo médico, portuario, artístico, etc.)

CUALES SON LOS PRINCIPIOS QUE RIGEN SU ACTIVIDAD Y LAS DIFERENCIAN DE OTRO TIPO DE ENTIDADES:

Las cooperativas se rigen por determinados principios, que las diferencian de otros tipos de entidades (empresas públicas o privadas, asociaciones gremiales, instituciones religiosas, vecinales, partidos políticos, etc.). Estos principios fueron producto de la experiencia de los cooperativistas, desde hace más de un siglo y medio, y han sido permanentemente actualizados. Los vigentes, que fueron aprobados en el Congreso de la Alianza Cooperativa Internacional, entidad que agrupa a los cooperativistas de todo el mundo, en el Congreso de Viena de 1966, y que han sido incluidos en nuestra legislación nacional en la Ley 20.337, son los siguientes:

1.- Adhesión libre y voluntaria: La adhesión a una cooperativa es voluntaria y abierta a todas las personas que pueden hacer uso de sus servicios y acepten las responsabilidades inherentes a su afiliación; no pueden existir restricciones artificiales ni discriminaciones sociales, políticas o religiosas.

Por lo tanto, el cooperativismo respeta las creencias políticas y religiosas individuales en la búsqueda de la unidad y cohesión de sus entidades, y por lo tanto, mantiene independencia con respecto a los partidos políticos y las insti-

tuciones religiosas, lo que no implica que al cooperativismo, le sean indiferentes problemas que afectan al hombre en su condición de tal, como son la paz, la salud, la educación y los derechos esenciales de la persona.

2.- Administración democrática: Las cooperativas son organizaciones democráticas. Deben ser dirigidas por personas electas por procedimientos acordados por los asociados y responsables ante éstos. Los asociados a las cooperativas deben gozar de los mismos derechos de participación en las decisiones que afecten a su organización. La norma de "un asociado, un voto", independientemente del monto de sus aportes a la entidad, jerarquiza a la persona frente a la preeminencia del capital, propio de otras sociedades comerciales. La Asamblea de asociados es el órgano soberano de la cooperativa y el órgano de gobierno es el Consejo de Administración.

3.- Interés limitado al capital: Las cooperativas no persiguen fines de lucro, su función es el servicio social. El capital integrado por las cuotas sociales de sus asociados, si recibe interés, lo hace a través de una tasa fija y limitada.

4.- Distribución equitativa de sus excedentes: Si de la actividad de una cooperativa resultaran excedentes o ahorros, pertenecen a los asociados y deben distribuirse de tal manera que se evite que unos obtengan ganancias a expensas de otros. La distribución puede hacerse por decisión de la Asamblea, destinándolos al desarrollo de la entidad o distribuyéndolos entre los asociados en proporción a las operaciones realizadas.

5.- Estímulo a la educación cooperativa: Las conductas que requiere la práctica de ayuda mutua y el esfuerzo propio, pueden ser alcanzadas a través de un proceso educativo permanente. La educación es el principio de la cooperación, que hace posible la observancia y aplicación efectiva de los otros. La cooperativa debe educar a sus asociados, dirigentes, empleados y al público en general, en las ideas de cooperación y en los métodos apropiados para aplicar sus principios en circunstancias concretas. La Ley 20.337 establece como uno de los caracteres esenciales de la cooperativa, el de fomentar la educación cooperativa y la obligatoriedad de destinar a estos fines el 5% de los excedentes.

6.- Integración cooperativa: Para mejor servir a los intereses de sus miembros, las cooperativas deben elaborar entre sí, tanto a nivel local, nacional como internacional. Estas formas de colaboración se desarrollan en dos planos: integración institucional y económica. La primera, se refiere a la asociación de las cooperativas de una rama de actividad, de una región, un país (Consejo Intercooperativo Argentino), un continente (Organización de las Cooperativas de América), o del mundo (Alianza Cooperativa Internacional), en defensa de

los intereses comunes; y la segunda implica la complementación de actividades económicas (Ej.: convenio entre cooperativas de producción y de consumo para la colocación de determinados productos).

COMO Y POR QUE NACEN LAS COOPERATIVAS:

El movimiento cooperativo contemporáneo surge en Europa en el marco de la Revolución Industrial, proceso histórico que trae aparejado el desarrollo de la técnica y del capitalismo. Se producen grandes avances en la producción, se expande y se concentra la industria, el comercio y las finanzas, y, al mismo tiempo, se produce un juego de prosperidad y crisis, alzas y bajas que afectan a los sectores más modestos de la sociedad. Se producen fenómenos como la desocupación, baja del poder adquisitivo de los salarios, etc. En 1844, en una pequeña localidad europea, un grupo de trabajadores textiles, para defender sus magros salarios, decidieron reunir sus ahorros y abrir un pequeño almacén cooperativo donde distribuirían al principio: manteca, azúcar y harina, así como otros elementos de consumo. Estas 28 personas (una de las cuales era mujer) estaban convencidas de que la mejor forma de mejorar sus condiciones de vida era abaratar los precios de las mercaderías, eliminando intermediarios y distribuyéndolas a un precio justo. Ese pequeño almacén fue la base del cooperativismo de consumo; sus iniciadores, llamados los "Pioneros" de Rochdale, establecieron normas para su actuación, que son la base de los actuales principios cooperativos y la legislación de numerosos países del mundo.

Las cooperativas abarcan actualmente los cinco continentes, estando asociados a éstas, más de 500 millones de personas. Su importancia es tal, que su entidad máxima a nivel mundial, la Alianza Cooperativa Internacional, es el miembro no gubernamental más antiguo de la UN.

En Argentina, los orígenes de las cooperativas están vinculados a la inmigración europea de las últimas décadas del siglo pasado. No hay todavía una fecha cierta para determinar cuál fue la primera cooperativa en la Argentina.

La cooperativa más antigua existente actualmente, es la Sociedad Cooperativa de Seguros Agrícolas Ltda. EL Progreso Agrícola de Pigüé, cuyo objetivo principal era la lucha contra el granizo.

Actualmente el cooperativismo está desarrollado a lo largo y a lo ancho del país. Según datos del Instituto Nacional de Acción Cooperativa de 1980:

Cooperativas de 1º grado: 5.623; de 2º grado: 42; de 3º grado: 2. Cantidad de socios: 8.591.180.

FUENTE: Documento del Consejo Provincial Cooperativo de Santa Fe. Comisión de Educación y Capacitación Cooperativa.

Entre las principales características de la Ley 20.337, señalamos las siguientes:

- . Tiene alcance nacional.
- . Define, de acuerdo con normas doctrinarias universalmente aceptadas, los caracteres fundamentales que son propios de la entidad cooperativa.
- . Incorpora íntegramente los principios del Movimiento, tal como fueron formulados por el Congreso de la Alianza Cooperativa realizado en Viena en 1966
- . Autoriza, en condiciones a reglamentar, la prestación de servicios a los no asociados, destinando los excedentes producidos por esas operaciones a una reserva especial.
- . Establece la irrepartibilidad de las reservas y el destino del sobrante patrimonial, en caso de disolución, a fines de promoción del cooperativismo.
- . Autoriza la asociación con personas de otro carácter jurídico, siempre que no se desvirtúen las finalidades de servicio.
- . Reglamenta la forma en que los entes de derecho público pueden asociarse y participar en la administración y fiscalización y usar de los servicios.
- . Excluye la posibilidad de transformación de una cooperativa en sociedad comercial de otro tipo.
- . Al margen del control que corresponde ejercer a los organismos específicos del Estado, establece la fiscalización privada a cargo de uno o más síndicos y la obligación de contar con un servicio de auditoría a cargo de contador público nacional.
- . Destina un 5% de los excedentes repartibles al fondo de educación y capacitación cooperativas.
- . Dedicar otro 5% de los excedentes al fondo de asistencia laboral y para estímulo del personal.
- . Incorpora al régimen legal de las cooperativas el Instituto Nacional de Acción Cooperativa, cuya estructura, jurisdicción y funciones ratifica y amplía.

FUENTE: San Pedro, José. Descubramos el cooperativismo en nosotros. Bs. As., Intercoop, 1977. Serie Manuales N° 1.

ACTIVIDADES SUGERIDAS:

- . Realizar una cartelera sobre el tema para difundir el cooperativismo.
- . Encuestar a cooperativistas visitando una cooperativa o invitando a un representante en la escuela.
- . Buscar información periódica.
- . Organizar una cooperativa escolar.

A C T I V I D A D E S

COOPERATIVISMO

Formación de una COOPERATIVA ESCOLAR

Finalidad: Familiarizar a los alumnos en los procedimientos de la cooperación, aplicada a diversos fines.

- Fines:
- . Enriquecimiento del material didáctico
 - . Formación del club de ciencias
 - . Formación de colecciones literarias, documentales hemeroteca etc.
 - . Elaboración del diario escolar
 - . Formación de la cihemáteca escolar
 - . Organización de paseos y visitas
 - . Conservación del edificio escolar
 - . Proyectos de colaboración con la comunidad
 - . Colaboración con el orden escolar

Actividades

- de los
- . Recolección de fondos mediante rifas, colectas etc
 - alumnos . Fabricación de aparatos sencillos
 - . Redacción de trabajos documentales
 - . Elaboración y publicación de datos útiles a la - comunidad (estadísticas-listas de precios, lugares de votación, lista de servicios, actos culturales, campañas sanitarias etc.)
 - . Aplicación práctica a problemas de salud, higiene cultivo, economía doméstica etc.
 - . Cuidado del jardín o campo escolar
 - . Mejora y conservación de las instalaciones
 - . Protección de árboles y animales útiles
 - . Organización de visitas y paseos
 - . Publicación de actividades de la comunidad (carteles
ras)
 - . Compra de útiles escolares

Actividades

- del
- . Informar a los alumnos sobre las bases del cooperativismo
 - . Supervisar la tarea
 - . Distribuir los roles
 - . Desarrollar el espíritu de solidaridad y convivencia entre los integrantes del grupo y la comunidad

UNIDAD: FORMA DE VIDA DEMOCRATICA

ACTIVIDADES SUGERIDAS:

Como pauta metodológica general, se sugiere que previo a una conceptualización de cada subtema de la unidad, los alumnos hagan un análisis de las informaciones periodísticas que se refieran a cada uno de dichos subtemas, extrayendo sus conclusiones, para luego enunciar grupalmente el concepto general. A continuación será fundamental la lectura de la Constitución Nacional o textos que se refieran específicamente al tema.

Por ejemplo:

Antes de definir el concepto de libertad de expresión, se puede orientar al alumno en la búsqueda de información periodística, televisiva o radial sobre un problema actual determinado (Ej.: educación, deuda externa, Canal de Beagle, etc).

La lectura del material gráfico, la audición de programas periodísticos radiales o televisivos, permitirá deducir que uno de los elementos fundamentales de la vida en democracia, es la libertad de expresión en el tratamiento de los temas.

A continuación, podrá debatirse en el aula, sobre las ventajas de la libertad de expresión, su valor, su trascendencia.

Con el fin de presentar el marco conceptual acabado, habrá que analizar los artículos correspondientes de la Constitución Nacional, pudiendo agregarse la lectura de textos o artículos que traten específicamente el concepto.

Trabajando de esta forma, el alumno podrá observar cómo, en la vida en democracia, tal como se vive en el presente, se hace viva la pluralidad ideológica, se respetan los principios constitucionales y el libre juego de las opiniones, dentro del marco del respeto por la ley y por las instituciones.

El docente podrá adaptar estas sugerencias a otros temas, a otras unidades, a otros cursos.

Se concluye que el acento de cada cuestión a tratar está puesto en las actividades que se desarrollen, las que permitirán una mejor comprensión de las cuestiones analizadas.

FORMACION DE LA OPINION PUBLICA:

LOS MEDIOS DE COMUNICACION

El estudio de este tema, nos lleva a analizar la trascendencia que tiene la idea del hombre, de su naturaleza, de su dignidad, del papel que le cabe como persona frente a la comunidad y al Estado. Y a la importancia de diferenciar el concepto del hombre como persona individualmente o conformando una comunidad, del hombre como simple integrante de una masa. La alta dignidad de la persona humana deviene precisamente de estar dotada de inteligencia y voluntad, lo que le permite practicar el bien con libertad y responsabilidad.

Un hombre es verdaderamente libre, no cuando hace arbitrariamente lo que quiere, sino cuando, sin coacción, elige entre varios caminos posibles los medios para hacer lo que debe.

Y, de hecho, no se puede hacer verdadero uso de la libertad sin el conocimiento de la verdad; de allí la importante función de los medios de comunicación y su influencia en la formación de la opinión pública, función que consiste principalmente en difundir la verdad completa, porque una deformación de la verdad o una verdad a medias resulta también una mentira a medias. Y esta difusión y defensa de la verdad es el mejor modo de luchar contra la masificación de la persona humana. Entendemos precisamente como una difícil pero fundamentalmente importante función de los medios de comunicación social, la desmasificación de las personas que integran cada comunidad, para que las estructuras sociales estén realmente al servicio del perfeccionamiento del hombre y no de su degradación.

En lo atinente a la responsabilidad a todo este respecto pensamos que la profesión del hombre de medios de comunicación social puede compararse con la del maestro. Pues tienen poderes sobre la sociedad y de su comportamiento depende en mucho el bien común, dado que si bien tiene acción para formar, también tiene poderes para deformar.

Los medios de comunicación social tienen el privilegio de ser los más eficientes medios para difundir la verdad, para crear una sana opinión pública, para dar al pueblo la información de los sucesos que interesa conocer, para comentar con objetividad y sana crítica constructiva los hechos y actitudes tanto del sector público cuanto privado y para desenvolver un sano mercado con la publicidad esclarecedora. Pero — tienen también la posibilidad de usar mal estos tremendos poderes y en lugar de ser uno de los instrumentos más eficientes que sirvan al bien común pueden transformarse en una acción de gran poder destructivo, de gran potencialidad corruptiva, y por lo tanto imputable de gravísima condenación.

El mundo está en cambio, es cierto! Pero cuantos cambios — se están operando para mal! Cuántos en detrimento de la liber

tad y de la dignidad del hombre ! .

! Cuán importante también es la misión de la publicidad. Y que la misma se realice con libertad responsable. Tomando en cuenta y respetando los valores sociales y culturales y los valores morales que hacen a la dignidad del hombre. Y cuanto se ennoblece esta imprescindible complementación de la comunicación social cuando se acepta el desafío de jugar el arte el ingenio, la capacidad creadora, desechando por inútil y - pernicioso todo aquello que atenta contra el respeto de los altos valores que jerarquizan a la persona, porque debe ser muy pobre el mensaje de quien cree necesario acudir a las bajas pasiones y a lo más inferior del hombre para lograr - atraer su atención.

La falta de libertad imposibilita el ejercicio de la publicidad, así como la falta de responsabilidad conduce inexorablemente a la pérdida de la libertad.

Responsabilidad implica, a su vez, tener conciencia de - la trascendencia cultural y social de las tareas creativas; trabajar para que sus resultados contribuyan al mejoramiento y elevación del medio humano; velar constantemente por - los intereses de los consumidores y usuarios mediante sistemas de autorregulación y, finalmente proponerse el incesante perfeccionamiento del nivel profesional.

El creador de anuncios tiene el derecho de expresarse -- con libertad, derecho que supone la existencia de correlativas obligaciones. El público tiene, en general, el derecho a elegir el producto o servicio que mejor satisface sus necesidades o ideales. El anunciante, a su vez, sea comerciante, institución de bien público o entidad oficial, tiene la obligación de asumir la debida responsabilidad por los bienes y servicios que ofrece .

La mayoría de los habitantes del planeta se pone en contacto con algún medio de comunicación: radio, televisión, cine diarios, revistas, discos, teléfonos, libros e incluso fascículos. Como el hecho es ya tan habitual, pocas veces se piensa que muchos de estos medios tienen menos de sesenta años - de existencia como fenómenos masivos.

Pero al mismo tiempo se plantean otras cuestiones muy debatidas y complejas: determinar en qué medida somos juguete de la propaganda o la acción de los medios . Estamos obligados por ellos a comprar ciertos productos, a elegir entre -- ciertas opciones políticas o a adoptar ciertas modas o conductas?. De ser así quién controla los medios? y quién controla a aquellos que controlan los medios?

Por último cabe dilucidar si la masificación que implican estos medios corrompe lo que tradicionalmente denominamos -- "cultura" al trazar la línea por el nivel más bajo (fotonovelas por ejemplo) o bien si estamos en presencia de la transformación de esa cultura, en otra de distinto carácter.

Tipos de sociedades y sistemas de comunicación:

Algunos sociólogos suelen dividir las sociedades humanas en dos clases: las industrializadas y urbanas, por una parte, y las rurales pre-industriales, por la otra, pero en cada país se va produciendo un cambio, las formas de la sociedad se transforman rápidamente, crece la población de manera mucho más acelerada y se multiplican las grandes ciudades constituyéndose así los "mercados masivos" y un "público masivo"

La presencia de este público masivo crea nuevos problemas en las comunicaciones (estar todos enterados de un problema común con la misma información, por ejemplo), pero la industrialización también provee los medios aptos para solucionarlos (la imprenta, la radio, la televisión).

Es por esto que los sociólogos se apoyan en la clasificación ya citada para afirmar que existen dos grandes sistemas posibles de comunicación: el oral, propio de las sociedades preindustriales y el basado en los medios de comunicación de masas, que corresponde a las sociedades industrializadas.

La transición del sistema oral al de "medios" está determinado por el grado de industrialización, urbanización y alfabetización de cada sociedad. En este sentido, ha clasificado Lerner, los países del mundo en tres grandes categorías: 1) aquellos en los que más del 60 % de los habitantes mayores de 15 años saben leer y más de un 25% de la población vive en ciudades: Son Sociedades modernas con comunicación de masas 2) Corresponden a Sociedades de Transición, con sistema mixto, los países cuya alfabetización alcanza el 21 % al 60% y la urbanización es del 10 al 25% 3) Sociedades tradicionales, con sistema "oral" se dan en países con menos del 20 % de alfabetismo y 10% de urbanización.

Consenso y poder:

Las modernas sociedades industrializadas no podrían subsistir sin los medios de comunicación de masas. Todas sus instituciones, serían imposibles, sin la existencia de estos "aparatos" destinados a transmitir información a grandes distancias y de manera prácticamente instantánea. Los funcionarios del gobierno central requieren datos acerca del estado económico y social de las regiones más alejadas de la Capital, los campesinos regulan sus actividades según las noticias de las cotizaciones de la Bolsa, todo a través de los diarios, radios y otros medios.

Por estas razones, los sistemas políticos modernos dependen del control más o menos directo que pueden ejercer sobre los medios. Ningún gobierno puede apoyarse exclusivamente en la fuerza física o en la coacción económica permanente: necesita contar con un mínimo de colaboración por parte de su población y que ésta acepte o, por lo menos, no ataque de manera sistemática y organizada, los valores defendidos por el Estado.

Esta colaboración o aceptación es, en realidad una unidad de criterios o, como suele denominarlo la sociología, un -- consenso, que garantiza la estabilidad del poder.

Quien domina los medios de comunicación de masas, puede controlar, aunque no de manera absoluta, la naturaleza del -- consenso social. Dichos medios pueden servir a un equipo -- gobernante (una élite, una clase) para difundir su ideolo-- gía, atacar la de la oposición, mostrar aquellos hechos que fortalecen su posición y ocultar los que puedan desmembrarla, amenazar a los desviados y aún para premiar a quienes acep-- ten sus dictados. Más sencillamente, con los medios se puede hacer propaganda en favor de determinada ideología y al mis-- mo tiempo, tratar de neutralizar o ahogar la difusión de -- ideologías contrarias.

En síntesis: Ya sea para mantener el statu quo, o para mo-- dificarlo en una dirección determinada, todas las organiza-- ciones políticas de una sociedad determinada (un partido, den-- tro o fuera del poder, un grupo de presión, etc) deben asegu-- rarse que un segmento cuantitativamente importante o bien -- muy influyente de la población, participe de sus valores e ideales. Esto implica una tarea de difusión ideológica y por ende, el control de los medios de comunicación de masas.

Por eso no es extraño que la lucha por el control de los medios de comunicación de masas sea un componente siempre presente en los debates y conflictos políticos de nuestra -- época.

Para los fundadores de la democracia norteamericana, cuyas teorías tuvieron tanta influencia sobre la ideología liberal de América Latina, la propiedad privada de los medios de co-- municación era una garantía de democracia. Se suponía que los editores de diarios y panfletos políticos expresarían las ne-- cesidades y valores de su región, o de su clase, conformando así, con sus publicaciones, una corriente viva de opinión que el gobierno estaría obligado a atender. Pero los diarios de -- esa época era, vistos desde nuestra actual perspectiva, poco más o menos que humildes periódicos de parroquia. Difícilmente editaban más de 1.500 ejemplares.

En cambio, los modernos medios de comunicación tienen un alcance muchísimo más amplio y han tendido a crecer absorvien-- do o eliminando del mercado a las publicaciones de corta cir-- culación.

Todos estos problemas políticos planteados por el tema de los medios de comunicación siguen siendo motivo de discusión. Muchos son los interrogantes que se formulan, pero éstos son los más comunes. Cómo controlar una cadena de T.V. o de radio que alcanza a varios millones de personas por segundo y, a la vez garantizar su libertad de prensa?. De qué manera evitar que un pequeño grupo de poderosos capitalistas maneje en su --

favor y guiado por estrechos intereses particulares, a miles de lectores y simultáneamente, respetar los derechos de la propiedad privada?. De qué forma lograr que los medios privados cumplan con la misión educativa, que es imprescindible para la integración de una sociedad avanzada, sin imponerles una "programación" definida?.

A estos se agregan otras cuestiones: Un orden político no es un mero conjunto de autoridades que reclaman obediencia o sólo la suma de reglas estrictamente vinculadas al funcionamiento del Estado-institución (tales, como por ejm. las que se refieren a la seguridad militar o al pago de impuestos)

Un orden político se relaciona estrechamente, con todas las normas fundamentales de la sociedad, sean estas económicas, matrimoniales o educacionales.

Cualquiera que fuese el poder de los medios para persuadir a la población, parece imprescindible desde el punto de vista del Estado, tratar de evitar que éstos puedan atacar los valores aceptados por la sociedad, tanto aquellos que se refieren a la vida pública como al ámbito privado.

Recuérdese que el principio democrático de la libertad de prensa, no sólo se refiere a la libertad de informar, sino también a la libertad del editor de dar su opinión partidista sobre lo que éste considere importante. En segundo lugar, existe otro tipo de restricciones al derecho de libertad de prensa, menos evidente que la mutilación o limitación a la difusión, que consiste en "bloquear" el acceso al público a noticias de particular importancia, ocultando sus decisiones en archivos secretos como "información confidencial". La dificultad no reside en que se censura un medio para que no emita una noticia que sus directores conocen sino, más radicalmente, en que se cierran todos los caminos posibles para que ésta sea conocida por el público y por los periodistas.

Los conflictos políticos entre propietarios de medios y el Estado suelen adquirir una dimensión aún más dramática, en el caso de un país dependiente, en el cual sus canales de comunicación están en manos de empresas privadas extranjeras. Inexorablemente se plantea la sospecha de que los directores de medios intenta manipular la opinión pública en contra de los intereses nacionales o bien más sutilmente inducirlos a aceptar valores, modas y hábitos de consumo que difieren de su cultura tradicional y favorecen su dependencia

Influencia negativa:

Muchas veces los medios, en lugar de servir para comunicar al público entre sí, informarlo y aumentar su interés por el destino de la sociedad en que vive, colaboran en hacer del hombre una criatura apática, pasiva, sólo interesada en diversiones aparentemente placenteras que le permitan huir de la realidad cotidiana en que viven y refugiarse en un mundo

imaginario. El profesor Wiebe (un importante psicólogo de la comunicación) afirmó recientemente que no es verdad que los medios de comunicación de masas comuniquen a los hombres - entre sí. Estos sólo nos informan acerca de situaciones ficticias, emiten símbolos cuya función objetiva es divertir, a quienes no quieren comunicarse con los otros. Según dicho autor, hasta los noticieros de TV suelen carecer de valor comunicacional, ya que la gente los ve como una suerte de espectáculo violento.

Dichos autores consideran que la única manera de modificar los valores y hábitos de los hombres es mediante el contacto directo. Los medios a lo sumo pueden ser complementos de dicha acción. Librados a su ritmo de desarrollo espontáneo, por sí mismos, no son más que mecanismos para sumir al público en la pasividad, para "narcotizarla".

Los medios en los países subdesarrollados:

Sabemos que en estas regiones existen condiciones sociales (miseria, desocupación, superpoblación, etc) que las transforman en verdaderos centro de las tormentas política contemporánea. Cuál es el papel que juegan dentro de este tipo de sociedades los medios de comunicación de masas?. En verdad es imposible dar una respuesta única, debido a la diversidad de sociedades y culturas. Sin embargo veamos algunos datos que pueden servir para acercarnos al problema.

En primer lugar, los modernos medios de comunicación, tecnología importada para los países subdesarrollados, han colaborado en la conmoción de las estructuras tradicionales de esas sociedades preindustriales, fundamentalmente agrarias y con bajo nivel de alfabetización, favoreciendo el desarrollo de ideologías políticas de cambio; en segundo lugar los medios les permiten conocer otros modos de vida de los cuales están privados.

Los medios y la cultura:

Los medios de comunicación de masas han modificado también los contenidos mismos de la cultura moderna, al transformar los modos de incorporación y adaptación de cada individuo a la sociedad o sea, la "educación". En todo el mundo los medios llegan a más personas que la educación primaria.

Por otra parte por razones económicas, los empresarios de radio, cine o TV procuran llegar a un público lo más amplio posible, pues de esto depende el monto de sus ganancias. Por eso se tiende a lograr un lenguaje uniforme, accesible a todos los niveles de educación, a los diferentes sexos y edades e inclusive a los diferentes países. El papel cumplido por los medios en la creación de culturas nacionales es un hecho sobresaliente en la historia argentina. En 1917, el 47% de la población era de origen extranjero; gran parte de