



MUJERES



MUJERES

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

CONTENIDOS DE LA CULTURA

los medios circulan los sentidos que construyen lo real y como tales imponen visiones unificadoras de la experiencia social. La comunicación ya no es un elemento accesorio ni un instrumento, por los sentidos que logra procesar, circular y convertir en contenidos de la cultura, es poder.



MUJERES

EL IMAGINARIO SOCIAL

IMAGINARIO SOCIAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los contenidos de nuestra cultura son resultado, entre otras cosas, de un conjunto de relaciones entre imágenes de la realidad que tienen los sujetos. Eso es el imaginario social o sea LA IDENTIDAD COLECTIVA.

Estas imágenes actúan como la memoria afectivo-social de una cultura, como un substrato ideológico mantenido por la comunidad. Se trata de una producción colectiva, ya que el imaginario es el depositario de la memoria que los grupos recogen de sus contactos con el cotidiano.

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

Los elementos o imágenes que componen el imaginario social plasman visiones de mundo, modelan conductas y estilos de vida, en movimientos continuos o discontinuos de preservación de la orden vigente o de introducción de cambios.

Además de factor regulador y estabilizador, el imaginario social también es la facultad que permite que los modos de sociabilidad existentes no sean considerados definitivos y como los únicos posibles, y que puedan ser concebidos otros modelos y otras fórmulas. Para ejercer influencia en el imaginario social hay que influir en las conversaciones, en los intercambios de sentidos.



MUJERES

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

Esto significa un trabajo comunicacional que active en la gente tanto su capacidad de análisis como de goce. Lo que implica una transformación del discurso, una «política del lenguaje» que haga posible valorar las demandas y competencias de las mayorías.



COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

LO COLECTIVO La re configuración de la identidad en nuestra realidad se produce, sobre todo en el campo mediático. Hoy la comunicación es una herramienta no sólo de propaganda y de corte informativo. Es un elemento transversal para la cultura ciudadana, un instrumento de difusión y creación de sentidos .



MUJERES

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

EL CAMBIO Fundar miradas y discursos desde el lenguaje visual, gestual, escrito y/o sonoro, es asumir no sólo el ejercicio de instalar ideas en el debate público. La instancia comunicacional representa la necesidad imperiosa de toda sociedad por instalar nuevos paradigmas y valores en sus diversas agendas temáticas (individuales, sociales, políticas y artísticas).



MUJERES

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

INSIDENCIA Esto nos lleva hacer una valoración de la posibilidad de entrar en el campo de las comunicaciones para incidir en la identidad cultural de nuestras sociedades.

La necesidad de influir en las conversaciones tanto del presente como del futuro, de influir en lo que es el desarrollo de grupos humanos.

Es en síntesis la necesidad de influir en la identidad social.



MUJERES

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

Frente a esta realidad nos quedan preguntas grupales e individuales: ¿Cómo vemos la realidad?, ¿Cómo vemos nuestro lenguaje?, ¿Cómo vemos los medios de comunicación?, Por último, ¿Qué quisiéramos ver?

Todas las respuestas se traducen en que comunicación debemos practicar.



MUJERES

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

Los medios no hacen nada cuyos códigos no estén en algún nivel o plano de la realidad, nunca lo vuelven discurso sin que medien los intereses de los grupos que construyen el discurso.

Esto hace que la producción cultural de los medios sea expresión de la lucha planteada por diferentes visiones e interés, que disputan la hegemonía.



MUJERES

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

EN LA DISPUTA POR LA HEGEMONÍA

¿Es posible una comunicación democrática? ¿Es posible la expresión de la diversidad?



MUJERES

COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

Una comunicación DIFERENTE implica reconocer que la ciudadanía es un esfuerzo por la construcción de identidades múltiples. Y esto requiere la participación en las comunicaciones de voces diversas.

Que nadie participe de la comunicación desde un lugar monopólico que controla el saber.