

5

**MENSAJES IMPRESOS
PARA NIÑOS**

Varios

Primera Edición
Octubre de 1985

Este libro ha sido publicado bajo los auspicios del Ministerio Holandés para la Cooperación al Desarrollo.

Derechos reservados, según la Ley de Derechos de Autor expedida mediante Decreto Supremo No. 610 de 30 de julio de 1976. La reproducción parcial o total de esta obra no puede hacerse sin autorización.

PRELIMINAR	7
-------------------	----------

**APUNTES SOBRE COMUNICACION Y
EDUCACION**

<i>Por Daniel Prieto Castillo</i>	9
-----------------------------------	----------

INTRODUCCION	11
EL DISCURSO DOMESTICADO	13
NUESTROS PUBLICOS CAUTIVOS	17
LOS MODELOS DE INFLUENCIA	21
CAMINOS DE LA PERCEPCION	25
LA PERCEPCION DE SUSTITUTOS	34
LA FIESTA DEL LENGUAJE	40
EL GOCE PERCEPTUAL	46
EL APRENDIZAJE DE LENGUAJES	49
RECURSOS VERBALES	54
RECURSOS ICONICOS	57
LO IMAGINARIO	62
CONCLUSIONES	65
BIBLIOGRAFIA CITADA	68

PERIODISMO INFANTIL

<i>Por Dolores Carbonell Iturburu</i>	71
---------------------------------------	-----------

PERIODISMO INFANTIL, UNA EXPERIENCIA PERSONAL	73
TIEMPO DE NIÑOS	79

CHISPA, PRIMERA REVISTA CIENTIFICA INFANTIL EN MEXICO	82
CRITERIOS PERIODISTICOS PARA UNA PUBLICACION INFANTIL	87
EL LENGUAJE DE LA PRENSA INFANTIL	92
LOS CONTENIDOS DE LA PRENSA INFANTIL	94
CONCLUSIONES	98
TLAHTOL PILCAYOTL	100
LA ENTREVISTA Y EL REPORTAJE COMO MEDIOS DE CONOCIMIENTO	103
LIBROS PARA NIÑOS	
<i>Por Luis A. Tejada</i>	107
PREAMBULO	109
BASES TEORICAS	113
SITUACION DEL LIBRO INFANTIL EN AMERICA LATINA	119
PROPUESTAS DE TRANSFERENCIA	131
ORIENTACIONES	136
CITAS	139
CULTURA Y JUEGO INFANTIL	
<i>Por Celso A. Lara Figueroa</i>	141
INTRODUCCION	143
CULTURA OFICIAL Y CULTURA POPULAR	145
LA CULTURA POPULAR	147
LOS JUEGOS	150
DIBUJAR PARA NIÑOS	
<i>Por Mónica Doppert</i>	155
INTRODUCCION	157

LA IMAGEN EN LOS LIBROS PARA NIÑOS	158
EL PAPEL DE LOS ILUSTRADORES DIBUJAR ES INTERPRETAR	160 165
LA ILUSTRACION DE UN RELATO GUAJIRO	167
RECOMENDACIONES PARA LA PRODUCCION <i>Por Gían Calvi</i>	175
INTRODUCCION	177
LA CREATIVIDAD	179
LA INDIVIDUALIDAD	183
SISTEMAS DE ELABORACION	187
PRESENTACION DE ARTES FINALES	193
EL BANCO DEL LIBRO <i>Por Carmen Diana Dearden</i>	201
INTRODUCCION	203
EL ORIGEN	204
LOS PROPOSITOS	206
LA EXPERIENCIA	209
RECOMENDACIONES	212
LA FIESTA DEL CONOCIMIENTO <i>Por Marta Dujovne</i>	215
INTRODUCCION	217
LA INFORMACION	219
INFORMACION HISTORICA	221

CULTURA Y JUEGO INFANTIL

Celso A. Lara Figueroa

INTRODUCCION

No creo que vaya a decir algo nuevo para ustedes. Mi intervención tiene como fin alertar a los especialistas en medios de comunicación en el uso del bagaje cultural auténtico del hombre latinoamericano, que ha forjado a lo largo de su historia y que en la actualidad se encuentra en pleno autodesarrollo, y en gran medida, en acelerada transformación.

Partimos, entonces, del ase to general que América Latina es multiétnica y multinacional, por lo que acercarse a su problemática cultural se torna de suyo complejo:

En mayor o menor grado la cultura latinoamericana es mestiza por excelencia, y rutilantemente creadora en todas sus manifestaciones. Por ello, es que antes de abordar el tema, intentaremos definir lo que entendemos por **cultura**:

En primer lugar, situemos la cultura en su contexto real: No puede hablarse de cultura "a secas", no puede entenderse la

cultura general, ni por lo tanto **el arte en general**, como tampoco **el hombre en general**, ya que son abstracciones que no tienen validez, sino cuando se las enmarca dentro de límites históricos concretos. Con ello se quiere decir que tanto el hombre como la cultura y el arte, son históricos sociales: son y serán siempre elementos concretos, objetivos.

Por tanto, debemos entender por cultura aquel complejo de elementos que conserva y sintetiza la experiencia colectiva que un pueblo acumula a lo largo de su devenir histórico; es, en tal sentido, **memoria colectiva** que se trasmite de generación en generación como herencia social (no biológica), y capacita a los individuos, por su medio, para integrarse normalmente a la comunidad impregnándola así de sus normas de comportamiento, sus valores, conocimientos y habilidades.

Sin embargo, los elementos de la cultura no están todos a un mismo nivel, sino están jerarquizados. Ello implica que cada sociedad hereda y, reestructura reinterpreta - **strictu sensu**, la herencia acumulada por su historia pasada, selecciona, **jerarquiza**, consagra sus elementos culturales, de acuerdo a sus necesidades y aspiraciones de su presente práctica social. De este modo, la cultura es la síntesis de valores materiales y espirituales que expresa con su sola presencia la experiencia histórica particular de un pueblo y representa sus resultantes en su fisonomía social peculiar, su personalidad colectiva. Por tanto, analizada así la cultura, ya no aparece como entidad abstracta y genérica sino se carga de contenido concreto; con sus determinaciones y cualidades sociales, regionales y temporales, como **cultura nacional**, esto es, como marco organizador de la autoconciencia nacional.

CULTURA OFICIAL Y CULTURA POPULAR

Entendida de esta manera la cultura, como resultante de procesos históricos-sociales concretamente determinados, podemos inferir que las diversas capas, grupos y clases sociales que conforman una sociedad, elaboran y transmiten los valores de la cultura de manera diferente. De ahí que tengamos en las sociedades latinoamericanas dos tipos de cultura: la cultura oficial y la cultura popular, ambos tipos interrelacionados e independientes que de acuerdo con sus intereses sociales, interpretan en forma distinta los valores de la cultura.

Los grupos culturalmente hegemónicos tienen una cultura institucionalizada, en tanto que los grupos subalternos la expresan por canales no institucionalizados, tales como la oralidad y la tradición.

En tal sentido, podemos decir que nos enfrentamos con dos tipos de cultura: la **cultura erudita, oficial**, pretendidamen-

te universal, producto de los grupos hegemónicos, y la **cultura popular**, producto de los extractos subalternos, la cual manifiesta no sólo su carácter étnico y de clase, sino también que es el resultado de su interrelación con los grupos socialmente dominantes en los distintos procesos históricos de la sociedad nacional en que se desarrolla.

Pero, ¿qué entendemos por Cultura Popular?:

La cultura popular, definida como cultura de grupos subalternos, no se presenta en sus valoraciones de manera uniforme, sino **jerarquiza** en su interior diversos elementos surgidos en virtud de los distintos procesos históricos.

Esto quiere decir que no podemos identificar la cultura popular con el folklore en la medida que este último sólo es parte de la cultura popular, pero no la abarca toda. La cultura popular tradicional es, como apunta Antonio Gramsci, la parte más genuina de la cultura popular, la más auténtica, ya que expresa la concepción del mundo y de la vida de los grupos subalternos, que se contraponen implícita o explícitamente a los valores de los grupos hegemónicos. Gramsci nos hace ver, por otro lado que la Cultura Popular tradicional no es un elemento puro y organizado sino la suma de concepciones no elaboradas o asistemáticas que reflejan muchos elementos que han quedado rezagados de los distintos procesos históricos vividos por los grandes grupos sociales.

LA CULTURA POPULAR

Dentro de la cultura popular hay, pues, diferentes niveles, que en forma sucinta y a grandes rasgos pueden ser los siguientes:

A). CULTURA POPULAR TRADICIONAL: Es el legado tradicional, oral y vigente, colectivizado, que ha ido transmitiéndose en forma no institucionalizada de generación en generación y que representa la carga de valores más importantes, en la medida que en ellos radica, en gran parte, la esencia de la identidad nacional y el germen de la cultura nacional popular.

En síntesis, la cultura popular tradicional, es lo más auténtico de la cultura popular.

B). CULTURA PROLETARIA: Es el producto de los grupos populares vinculados a la producción industrial, producto que va surgiendo, paso a paso, a veces con

raigambre tradicional y otras, creada al calor de las fábricas.

Es cultura auténtica, pero no cultura tradicional o folklórica, puede integrarse al cúmulo de lo tradicional en la medida en que va siendo aceptada por el grupo social en que vive. En otras palabras: que se vaya colectivizando, socializando.

C). CULTURA CAMPESINA: Es el producto no tradicional de los hombres que viven en el campo, cada vez más sometidos a las presiones sociales que implica la inserción del modo de producción dominante —en nuestro caso, el capitalista— que va destruyendo patrones culturales y creando otros, fuera de los valores de carácter popular.

Dentro de la cultura campesina, hay que tomar en cuenta la variable étnica y sus componentes culturales que en alguna medida son tradicionales pero en otra no, dependiendo del proceso histórico que los ha originado.

No obstante en los países latinoamericanos se podría decir que la mayor parte de la cultura campesina está integrada al folklore, aunque un sector cada vez más amplio, en razón del desarrollo industrial transforma sus concepciones tradicionales.

En resumen, no debemos asimilar el término y el concepto de **folklore** al de **cultura popular** en general, sino al de **cultura popular tradicional**.

Por otra parte, y con vista a su utilización en los medios masivos de comunicación, hay que tomar en cuenta los diferentes niveles de la cultura popular, entre los que es importante destacar por su trascendencia, la cultura tradicional que debe subrayarse sin mengua de los aportes procedentes de la cultura popular campesina, la proletaria y las de otros sectores sociales urbanos, que

sin tener carácter tradicional ni folklórico, tienen la vigencia de las sociedades y culturas latinoamericanas.

Dentro del contexto anterior se enmarca la socialización del niño latinoamericano. Esta se da desde distintos ángulos que convergen todos en la endoculturación: la adaptación del niño a **su propio** entorno cultural.

América Latina es más que nada, y sobre todo mosaico de culturas, con procesos civilizatorios diferentes como lo ha señalado Darcy Ribeiro, por tanto la autoformación, la autovaloración y autodesarrollo del niño latinoamericano en todas sus dimensiones, se logra a través de la tradición oral, que con sus factores positivos y negativos conforman el contexto de su desarrollo.

De esta manera, la cultura se transmite a través de cuentos, leyendas, etc. que dan al niño latinoamericano su contexto social, **su propia** apreciación del mundo y de la vida.

LOS JUEGOS

En tanto los juegos preparan al niño a su inserción en el trabajo diario y cotidiano: artesano, labriego, músico o contador de historias. Por ende el juego en el niño latinoamericano rebasa la función lúdica y se convierte en la auténtica forma de coadyuvar a sus padres en el manejo de su vida cotidiana: no sólo refleja ese mundo del adulto, hace en sus juegos trabajos de adultos: los niños muestran que cuidan a sus hermanos en las villas miserias latinoamericanas, no "juegan a la casita": trabajan.

Por tanto, y en síntesis, el juego en el niño latinoamericano dependiendo de su contexto étnico y social, pueden jerarquizarse en tres estamentos generales:

- a). **Juegos imaginativos, creadores:** el niño nuestro deja caminar su imaginación con los colores de la selva; el frío de las montañas o el rugir de las olas.

Estos juegos estimulantes resultan homogéneos a la cultura en la cual han sido producidos, se funden orgánicamente a ella y se insertan en su tradición concreta.

El niño latinoamericano juega con cualquier cosa que tenga a mano y dentro de los patrones de su sociedad y cultura enseñados por los adultos y otros niños.

- b). Juegos de trabajo:** por su propia extracción social y su rol étnico, los niños latinoamericanos participan en las labores de los adultos; así mismo, muchos juegos de los niños de las selvas y montañas latinoamericanos no son más que preparación para la tarea diaria. A guisa de ejemplo.

El flechamiento de hormigas, entre los niños indígenas guahibos venezolanos, es, más que juego, preparación para la tarea de pesca.

- c). Juegos shamánicos y mágico-religiosos:** el niño latinoamericano realiza juegos que lo adaptan a su mundo cosmogónico de su cultura y lo prepara para ser el futuro **shaman**, brujo o Zahorí, de su comunidad y se convierte en el responsable del equilibrar el mundo profano con el mundo sagrado de su cultura y sociedad.

Estos juegos mágicos están presentes en todas las culturas de América Latina: en los Andes, en Mesoamérica sincrética en las selvas y en la región afroamericana.

Por tanto el juego es vehículo de socialización y contrapone la fantasía a la realidad concreta: es decir, que su mundo propio de su edad infantil lo comparte con el mundo real, constituido por un sinnúmero de límites, que no es precisamente el medio ideal para lograr su autodesarrollo.

Dentro de este marco contextual y referencial quien trabaja en medios de comunicación debe respetar y conocer la cul-

tura social del niño latinoamericano para **NO deculturarlo** y contribuir a su alienación.

El código de los juegos y el de la Cultura Popular tradicional, es muy diferente al de los medios de comunicación, por lo que debe tomarse con mucho cuidado su aplicación y desarrollo.

De esta manera, la forma en que los medios de comunicación transmiten la cultura al niño latinoamericano se convierte en un problema, ya que de no tener las bases sólidas socioantropológicas se corre el riesgo de minar la cultura latinoamericana en su propia base.

Por ello debe buscarse la forma de compaginar estos medios modernos de expansión con la conservación y autodesarrollo de la propia herencia cultural, sin que ello apareje el rechazo de una u otra.

De ahí que la capacitación de los promotores de medios masivos debe contemplar:

- a). Investigación participante de la cultura tradicional del niño latinoamericano.
- b). Capacitar, a diferentes niveles, el personal que trabaja en los medios masivos.

Sin estas bases el comunicador social incide en errores graves, tales como deformar la cultura del hombre latinoamericano, enseñar valores culturales nocivos y que las propias comunidades tratan de superar, resalta valores culturales no existentes, exalta la cultura extranjerizante o bien destruir valores ancestrales.

De ahí pues, que además de la investigación deberá descubrir los mecanismos en que los propios niños, portadores de su cultura, participen en sus programas para revalorizar así su ancestro y puedan desarrollar su propia autoconciencia.

Finalmente, debo insistir en la transposición del mundo socio-cultural del niño latinoamericano a los medios masivos de comunicación, el empirismo y la improvisación no caben. Deben ser superados porque de otra manera su acción conlleva la destrucción de valores culturales y a lo cual no tenemos derecho.

No nos podemos dar el lujo de jugar al mito de Prometeo.