

COMUNICACIÓN GRUPAL PARA LA PROMOCIÓN DE VALORES (EXPERIENCIA: PREVENCIÓN DEL SIDA)

José Martínez de Toda y Terrero

Hay una gran variedad de tipos de comunicación social en cuanto al número de participantes y el grado de participación de emisores-receptores, desde la comunicación interpersonal hasta la masiva, pasando por la grupal, comunicativa, vecinal, organizacional, alternativa, popular, etc. Tradicionalmente se consideran estos tres tipos de comunicación: interpersonal, grupal y masiva. Cada una de ellas tiene ventajas y desventajas específicas para diversas situaciones de la vida.

La comunicación grupal se ha usado desde que el hombre pudo relacionarse con otros humanos. Usaba como medios grupales la danza, la música, el teatro, etc. Estos eran los canales tradicionales para la transmisión de los valores ancestrales de cultura, religión, etc.

El nombre de comunicación grupal se creó en 1974. Con él se quiso precisar y sistematizar todo lo relacionado con ella, especialmente en América Latina, Inglaterra, Canadá, Australia, África y el Sudeste Asiático, y se le sigue viendo una gran utilidad.

Pero, al mismo tiempo, hoy se detectan factores y realidades que obligan a la comunicación grupal a abrirse a nuevos horizontes y exigencias. En el presente trabajo se pretende dar una visión en conjunto de la variedad actual de tales enfoques de la comunicación grupal.

La comunicación grupal moderna más sistematizada históricamente surge en la década de los setenta ante el deseo de innumerables personas, instituciones, organizaciones y grupos populares, vivamente interesados en la salvaguarda, preservación y estímulo de ciertos derechos y valores básicos humanos. Esta comunicación se ha desarrollado especialmente en instituciones y movimientos de América Latina interesados en la transmisión de valores, como los movimientos populares, ciertos sectores más dinámicos y progresistas de Iglesia, algunos sectores educativos, pues dicha comunicación permite que los valores penetren y prendan mejor. Esta orientación fundamental se conserva hoy en día, y quizá aún deba cobrar una mayor importancia por las características del acontecer actual.

Se podría preguntar, como hipótesis, si la comunicación grupal puede seguir aportando su granito de solución a la problemática social. Parecería que la comuni-

cación grupal es la más indicada para que los preceptores aclaren e impulsen por sí mismos los valores que consideren más humanos. Las investigaciones demuestran que, especialmente los jóvenes, a quienes ellos hacen más caso son sus iguales, los miembros de su grupo.

Crisis de valores

Mucho se habla hoy de la crisis de valores en general. Quizás algunos exageren. Pero el mercado junto con la empresa privada (primer poder) y los medios (segundo poder) condicionan a los preceptores difundiendo entre ellos una serie de valores y antivalores.

Las políticas neoliberales están creando despolitización, reducción de las actividades de asociación, adopción de estrategias egoístas, especulación, pasividad ante la injusticia, un creciente individualismo y atomización, fomentada por los mismos medios. Es un mundo dominado por el materialismo, el consumismo, el hedonismo, la falsa libertad, la competición para ver cómo se gana más y el deseo desmedido de lucro. Han entrado en crisis valores fundamentales, como la solidaridad y el servicio público, sobre los que se basa un concepto humanista de la vida.

Hay una derechización universal como la del «fin de la historia, de las utopías y de las ideologías», y varios posmodernismos que se extienden en especial sobre la juventud. Inclusive se habla de la muerte de la política; el último libro de Jean-Marie Guéhenno se titula *La Fin de la Democratie*. Según él ya ha desaparecido hasta el concepto de libertad entendida como el derecho de una colectividad a crear su propio destino y a darse un gobierno que exprese una voluntad colectiva. Es decir, nos estamos quedando sin libertad. Y la única ideología fuerte que queda es la del mercado, que en el fondo actúa rígidamente, sin dejar libertad a los individuos (por ejemplo, a los que tienen menos).

Por parte de las ciencias sociales hay «crisis de los paradigmas», es decir, una incapacidad para proponer proyectos alternativos que llenen el vacío dejado por el derumbe de las ideologías, en realidad del socialismo.

La influencia de lo neoliberal va socavando el espíritu crítico. Por ejemplo, la actitud hacia la publicidad ha cambiado sustancialmente durante la última década. Ahora hay menos criticidad hacia ella. En cambio aumenta el número de libros de texto profesionales sobre ella. Más y más gente se siente atraída hacia esta «industria del ruido público».

¿Qué parte tiene la comunicación social masiva ante este creciente deterioro de valores? Los medios masivos siguen la corriente neoliberal, la mayoría en manos de la empresa privada, y los medios públicos siguen la política del gobierno. La televisión se presta a polarizar los temas. Los medios masivos tienen bondades. Se notan en ellos esfuerzos por mejorarse. Pero a veces se duda de que los medios, en concreto la televisión, por su propia naturaleza, sean los más adecuados para la transmisión de valores con sus características actuales de superficialidad, espectacularidad y sensacionalismo.

Por otro lado la generación actual MTV (música y televisión) vive la nueva cultura de la imagen. Pero la imagen es subjetiva, emotiva, condicionante, polisémica y menos de la razón.

Por su parte, el perceptor, al mediatizar el mensaje, también está condicionado por su ambiente y sus necesidades. ¿Dónde están las aguas neutras? ¿Con qué tipo de comunicación se puede salvar al perceptor a sí mismo de los intentos de ser condicionado? Será necesario analizar los modelos de comunicación que le permitan al perceptor ejercitar más la racionalidad, para no dejarse llevar tanto por los instintos y así balancear los sesgos de la imagen con la polarización de los temas.

Dentro del ámbito de la comunicación social ha existido la corriente de la comunicación alternativa, que trata de responder a otros criterios que no sean exclusivamente de lucro. Íntimamente relacionada con ella está la comunicación grupal, una comunicación más practicada que estudiada. La presidencia de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) ha pedido trabajos investigativos sobre la comunicación grupal.

A continuación se explicará con algún detalle, a manera ilustrativa, un ejemplo actual de comunicación grupal, y se sacarán algunas conclusiones generales sobre ella. Más adelante se verá la variedad de situaciones actuales en que se da la comunicación grupal, especialmente dentro del marco de la comunicación popular y alternativa, y se indicarán los puntos de la comunicación grupal, que ameritan una investigación ulterior y más precisa.

La prevención del sida (Una experiencia de comunicación grupal)

El grupo estaba compuesto por muchachas y muchachos latinoamericanos y españoles de edades comprendidas entre los 17 y los 20 años. Pertenecían al «Cedar Court, School of English», junto a Londres. Ya habían tenido una charla con preguntas y respuestas sobre todos los hechos relacionados con el sida desde el punto de vista estrictamente médico.

La Escuela quería dar un enfoque más global, y si se quiere humanista, a lo que se presentara a los muchachos sobre sida. La revista *Time* (24 de mayo de 1993) acababa de dedicar su artículo principal de siete páginas al tema: «¿Cómo debemos educar a nuestros hijos sobre el sexo? Bombardeados por mensajes mezclados sobre los valores, los estudiantes son más activos sexualmente que nunca, pero también están más confundidos». El mismo *Time* confiesa que los programas existentes de educación sexual no consideran los aspectos emotivos ni la opinión de la gente. Por su parte, los medios masivos no logran dar el enfoque adecuado limitándose a facilitar datos médicos y meras estadísticas. Se me invitó a dar dicho enfoque. El grupo ya había practicado ejercicios de comunicación grupal con vídeos y fotolenguaje. Nos reunimos el día 10 de junio de 1993. Partí de varios supuestos:

- Hoy día a ningún joven le gusta que un adulto le diga lo que tiene que hacer. Más bien él escucha a sus iguales, compañeros de clase, amigos, etc.
- El educador debe primero reflexionar él mismo y tomar posición sobre estos temas. Después tratará de que los jóvenes reflexionen también y actúen según sus propios criterios debidamente estudiados. El trabajo del educador es diseñar una estrategia que ponga sobre la mesa las principales preguntas de los jóvenes sobre el sida y les haga reflexionar sobre si deben o no cambiar sus actitudes y conducta.

- También conviene alertar a los estudiantes sobre la libertad sexual, no sólo por miedo al sida, sino por otras razones, que pueden ser captadas por ellos mismos.
- Se requiere por supuesto un ambiente de apertura, confianza, sinceridad y respeto. Esto se logra cuando el educador escucha cuidadosamente lo que los jóvenes dicen sobre sí mismos. La influencia del educador será mayor si escucha que si habla. Al final el único juicio moral efectivo es el de la conciencia individual del joven.
 - Para guardar la privacidad, el educador puede invitar a que la clase se divida espontáneamente en pequeños grupos de tres o cuatro jóvenes. Puede preguntar sobre la confiabilidad y la debida reserva sobre lo que se diga y oiga en aquella sesión a nivel privado o público. Esto les comprometerá a respetar maduramente lo que se oiga allí.

La sesión tuvo tres partes:

Primera parte: Expectativas sexuales, actitudes y conductas corrientes («Ver»). Se formularon las siguientes tres preguntas para ser discutidas en pequeños grupos: ¿Cuántos compañeros de sexo crees que personas como tú puedan tener durante los cinco próximos años? ¿Tomarías la enseñanza de la Iglesia sobre el sexo antes del matrimonio como un ideal personal tuyo? ¿En qué clase de relaciones y circunstancias crees que personas como tú pudieran tener alguna experiencia sexual con otra persona? (Cosstick, 1987). Terminada la discusión por pequeños grupos, un relator de cada uno presentó las respuestas socializándolas así delante de todos los participantes. Las respuestas variaron desde: «cuantos más compañeros de sexo tenga, mejor», hasta «la castidad, y no precisamente por miedo al sida». Estas formulaciones, para algunos quizá extremas, tal vez sean una indicación de la libertad con que hablaron los jóvenes.

Segunda Parte: El impacto del sida («Juzgar») (En diálogo con el grupo en general). Un compañero o un vecino puede ser un portador. ¿Hay «sexo seguro» o «sexo más seguro o menos seguro»?

— ¿Quién es el responsable fundamental de que el sida esté entre nosotros? En seguida se tiende a echarle la culpa a otros. ¿Los homosexuales? La prensa ha exagerado la relación del sida con la homosexualidad. ¿La promiscuidad? ¿Otros países? España está a la cabeza del sida en Europa (con 441 casos por millón de habitantes a fines de 1992). Le siguen Francia (403), Italia (272). Quienes menos tienen son Grecia (70), Irlanda (88), Portugal (113), Alemania (114) (*Daily Mail*, 15 de junio de 1993, Londres). El enemigo principal está dentro de nosotros, traicionados por la confusión de pensamiento y sentimiento, visiones truncadas, falso concepto de la libertad y debilidades en materia sexual. Es importante asumir la propia responsabilidad en la propagación de este virus, por cierto frágil e impotente, que depende para su supervivencia y transmisión de un anfitrión humano. Aunque se encuentre una vacuna o medicina, toda esperanza de victoria en la batalla contra el sida depende de cómo aprendamos a controlar y dirigir nuestras apetencias sexuales. Por ahora el sida está ganando la batalla contra nosotros mismos, pues cada vez se extiende más y ocasiona más muertes.

¿La sociedad actual nos proporciona una sobrevaloración de las expresiones genitales de la sexualidad? ¿Parecería que en la cultura actual toda expresión afectuo-

sa debe desembocar en actividad genital? Así como la publicidad crea necesidades, ¿hay una presión sexual que viene de la televisión, el cine, las revistas, los compañeros, que crea estímulos y necesidades en este campo? ¿Se nos presenta el «sólo-sexo», aislado del amor, de la afectividad, de la familia, de la venida de los hijos, de una relación duradera, de un entendimiento mutuo?

—¿Son nuestras expectativas sexuales (tal como se describieron en la primera parte) realmente liberadoras y positivas? O, más bien, ¿pueden llevar a la destrucción de individuos y sociedades?

—¿Qué necesita más el hombre y la mujer de hoy: de amistad y ternura o de sexo sin amor? ¿La experiencia de la amistad y ternura podrá llevar a una sexualidad más responsable?

Tercera Parte: «Actuar». En esta experiencia es más difícil hacer un compromiso de grupo; se hará más bien a nivel individual y privado. Hoy día se cambian hábitos arraigados en la comida, la bebida, el cigarro, el ejercicio físico. ¿Qué cambios haré en mi conducta sexual? ¿El sida me obliga a variar mis expectativas sexuales y mi conducta sexual? ¿Cuánto es mi sentido de responsabilidad para con mi futuro?

Análisis de las soluciones teóricas y prácticas: condón (las ventajas están demasiado publicitadas. Conviene enfatizar las desventajas dentro de un contexto de «vida real» entre los jóvenes. ¿Qué efectividad tiene el condón para nosotros en nuestras circunstancias? ¿Qué consecuencias trae para uno y los demás? ¿Cuántos son los hijos del condón? «Riesgo y/o miedo» de morir con sida, quedar embarazada, quedar comprometida emocionalmente con quien no quisieras casarte más tarde, pues un simple compañero de sexo es distinto de tu futuro marido y padre de tus hijos, compañero social con los amigos, en los negocios, en la vida pública, tu compañero de por vida, etc.). Otras soluciones son la píldora..., la castidad antes del matrimonio y la fidelidad a un solo esposo/compañero. ¿Es ésta la opción más sana y quizá la más sencilla? ¿Cuál de tales soluciones eliges para tí?

Características de la comunicación grupal: Este ejemplo da las características generales de la comunicación grupal. Por supuesto no toda comunicación grupal es buena. Depende de los intereses del grupo. Por eso conviene que se especifiquen con claridad los objetivos del grupo y lo que se espera de su comunicación. Así puede haber comunicación grupal «liberadora» (T. Martínez, 1986; CIESPAL, 1986), «educadora», «social», «comunitaria», etc.

Por la comunicación grupal se quiere evaluar los valores del grupo e identificar los factores que afectan a la conducta de los miembros y el proceso de decisiones. Estos elementos son necesarios para el crecimiento del individuo y del grupo. De esta forma los individuos y el grupo podrán evaluar con objetividad la propia conducta y los propios sistemas de valores. Esto llevará a desarrollar un nuevo tipo de conciencia en las personas y niveles superiores de conducta, asimismo a crear un nuevo tipo de relaciones humanas en la sociedad cambiando la conducta del individuo, del grupo y de la sociedad.

Los elementos de la comunicación grupal son: el grupo, el diálogo (para el que se utilizan preguntas problematizadoras —pocas, cortas y abiertas— según el esquema «Ver-Juzgar-Actuar»), el animador y el medio utilizado (vídeo, sociodrama, noticia, etc.).

La comunicación grupal se da en diferentes situaciones y realidades, y cambia en sus énfasis metodológicos según ellas. Por supuesto varias de tales situaciones pueden darse en el mismo grupo. Casi todas ellas, de una forma o de otra, tienen que ver con la promoción de valores.

La comunicación grupal en el marco de la comunicación popular y alternativa

La comunicación grupal nació en América Latina al mismo tiempo, o quizás antes, que la comunicación popular y alternativa dentro de los movimientos populares y sociales. Fueron dos movimientos sincrónicos y complementarios. Las bases las había sentado P. Freire al iniciar los procesos de concientización. Según él, ésta se logra mejor a través de la comunicación grupal: «Nadie educa a nadie. Nadie se educa a sí mismo. Los hombres se educan a través de su entorno». «El grupo es la célula educativa de la base».

Los temas a tratar son muy variados: derechos humanos, el análisis de la realidad, justicia, niños trabajadores «de la calle», pequeños y medianos empresarios, los problemas de los nuevos actores sociales (movimientos étnicos e indígenas, mujeres, ecologistas, movimiento municipalista, ONGs). Una de las necesidades más sentidas en América Latina es la de fortalecer y perfeccionar la democracia eliminando actitudes personales y totalitarias. El aprendizaje comienza en la base de las instituciones, pues ahí está la fuerza de la sociedad. La comunicación grupal liberadora se hace imprescindible para estimular en todos los miembros de cada grupo la participación comunicacional, y hacer respetar la opinión de cada miembro del grupo con un ejercicio práctico de comunicación democrática y horizontal. Esta comunicación grupal ayudará, especialmente en las primeras etapas de organización, a una interrelación y entendimiento mutuos mayor entre todos los miembros del grupo y entre los diversos grupos de una colectividad. ¿Cómo compaginar estos idealismos de la comunicación grupal con «democracia controlada», que hoy predomina tanto en el norte como en el sur como en las Naciones Unidas?

La práctica mayor y los estudios más desarrollados de la comunicación grupal se han hecho dentro del marco de la comunicación popular y alternativa (CIESPAL, 1986, pp. 163-168; T. Martínez, 1986). Ellos exponen las clases de grupos que existen, las funciones que desempeñan, sus propiedades y características, los distintos niveles de organización, haciendo énfasis en la importancia de la comunicación dentro de los grupos. También se enfrentan a los problemas de constitución del grupo, de planificación y orientación del proceso grupal, a la vez que se señalan algunas recomendaciones para su mejor desenvolvimiento. Se da especial importancia al papel del animador dentro del grupo, con sus funciones de educación, cohesión y conducción del mismo. Hay diferentes tipos de animadores y existen modelos de evaluación para mejorar su trabajo.

Entre las dinámicas grupales se halla un sinnúmero de técnicas y juegos grupales que, a la vez que pretenden cohesionar y hacer participar a los miembros, también tratan de fortalecer la conciencia crítica de los participantes (Cfr. Grupo GUARURA, Venezuela). Las técnicas de participación popular se consideran como instrumentos para un proceso de formación y organización en el que se desarrolla la reflexión y la

discusión y se colectiviza el conocimiento. En general, las técnicas de participación dentro de la organización popular permiten fortalecer la conciencia de clase valiéndose de una metodología que cubre el proceso acción-reflexión-acción y que conduce a la apropiación consciente de la práctica. Entre ellas hay dinámicas de presentación y animación, técnicas para temas de análisis general, ejercicios de abstracción y comunicación, y técnicas de organización grupal. Otras técnicas promueven el ejercicio pleno de las facultades personales y la expresión libre de sentimientos e ideas dentro de una dinámica de clase y de una concepción horizontal de la educación popular.

En cada país de América Latina existen centros de comunicación popular que producen y promocionan los medios grupales. Hay también algunas organizaciones a nivel continental, como PROA. En España está ECOE (Madrid) y otros.

Robert A. White señala varias tendencias nuevas en la comunicación grupal a fines de la década de los ochenta, según fueron observadas por él en discusiones con pioneros de América Latina. Éstos no repudian en ninguna forma la comunicación grupal de la década de los setenta, pero reconocen que la situación ha cambiado. He aquí las tendencias:

—En la década de los setenta, instituciones como SERPAL producían y distribuían medios a los grupos. Aún hay muchos de ellos que necesitan el producto acabado. Sin embargo, cada vez son más los grupos populares que establecen sus estrategias comunicacionales como parte del proceso de la lucha social. Por eso solicitan específicamente el apoyo técnico de alguien que les enseñe a hacer un afiche, un periódico popular, un vídeo, un audiocassette, un teatro o un sociodrama. En estos casos les interesa más el producto final que el proceso de cómo llegar a él, es decir, a través de la metodología grupal. Quizá se deba esto a la mayor presión que tienen hoy día por solucionar sus problemas urgentes e inmediatos de carácter social, cultural y económico. La pobreza ha crecido en América Latina en la última década. En vista a esta demanda se han producido muchos folletos (Cfr. bibliografía recogida por CIESPAL, 1986, pp. 138-153).

Este entrenamiento es ahora más en el mismo sitio del grupo popular. Así se puede entrenar a más miembros del grupo y no solamente a individuos aislados, que generalmente no podrían hacer grandes cambios en la marcha del grupo. Así se crea un ambiente general en función de la producción. De esta forma los propios grupos producen su propio material, quizá con técnica inferior, pero con más éxito, pues los programas son más locales en su lenguaje, imágenes, símbolos, y están más orientados a la solución de problemas concretos y urgentes. Asimismo, los grupos tienen ahora un mayor control sobre el medio y el proceso de producción.

Como consecuencia, la relación con los profesionales de la comunicación, que producían los medios grupales, está cambiando. Ahora ya no se desea depender tanto de ellos a nivel ideológico. Más bien los mantienen distantes por considerarlos demasiado didácticos, indocinadores, retóricos y sutilmente autoritarios.

Algunas organizaciones, como ALER, ya no pueden atender tantos cursos solicitados por los grupos. Ahora se han dedicado a preparar grupos de capacitadores en cada país, para que cada equipo pueda atender al menos las demandas del suyo. Sin

embargo, en los cursos intervienen capacitadores de otros países para intercambiar técnicas desarrolladas en los diferentes cursos.

—La comunicación grupal actualmente, sin olvidar la importancia del grupo pequeño y su dinámica, mira más a la globalidad del acontecer nacional. Por eso hay más énfasis ahora en relacionarse con otros grupos aun de intereses distintos.

—Han surgido nuevos grupos sociales que ya se mencionaron.

—La comunicación grupal está incorporando nuevas tecnologías descentralizadas: vídeo, etc., y dejando las diapositivas por su alto costo.

—Hay una apreciación mayor de la cultura popular tradicional y una capacidad mayor por sostener una cultura popular latinoamericana.

—La comunicación popular actual reconoce que no se puede tener una actitud negativa y exclusivamente crítica de los medios masivos comerciales. Ahora, cada vez más, se trata de hacerse presente en ellos a través de la comunicación alternativa, por ejemplo en las radios populares de ALER, programas en emisoras y televisores comerciales, espacios en periódicos.

Situaciones de la comunicación grupal

Además de la situación ya expuesta dentro del marco de la comunicación popular y alternativa, se hallan las siguientes situaciones.

1. La comunicación grupal en la formación y vivencia religiosa (T. Martínez, 1993). En América Latina ha habido un crecimiento de las comunidades eclesiales de base, con la visión teológica que reconoce al proceso cultural como fuente de valores humanos y religiosos. Se menciona la «comunicación grupal» en los Documentos de los Obispos Latinoamericanos, reunidos en Puebla en 1968 (N. 1078 y 1090) y en el de Santo Domingo en 1992 (N. 281). El mismo Papa la menciona en una publicación oficial (Juan Pablo II, 1979). Ya en la década de los setenta la jerarquía española establece un Centro Nacional Audiovisual con énfasis en la metodología grupal. Se habla de comunicación grupal «Cristocéntrica» (Li, 1993). Las Organizaciones Católicas de Comunicación de América Latina, OCIC-AL y UNDA-AL publicaron en 1986 un «Directorio Latinoamericano de Instituciones y Personas relacionadas con la comunicación grupal» de 123 páginas. En África, Asia y partes de Europa también se ha practicado la comunicación grupal, pero con características distintas y con menos insistencia. Pululan explicaciones que tratan ver por qué en EE.UU. ha tenido menos importancia aún que en las regiones anteriores.

2. La educación para los medios y su análisis crítico se logra mejor con metodología grupal. Así se practica en sitios donde la educación para los medios se hace a nivel informal y extracurricular, como en muchas partes de América Latina (Charles-Orozco, 1992), o dentro del currículum escolar, como en Inglaterra, Canadá y Australia (Masterman, 1985, pp. 32-33; Craggs, 1992; Hart, 1991).

3. En cualquier grupo, sin distinción de clase social, religión o entorno, se puede llevar adelante la práctica de la comunicación grupal frente a temas específicos, como el sida, drogas, el uso racional de la libertad (una libertad sexual incontrolada lleva a un mayor número de casos de sida), la marginación, el racismo y otros.

4. La comunicación grupal en la animación sociocultural. La animación sociocultural, entendiéndola como «desarrollo de la persona humana», ha sido uno de los objetivos del Consejo de Europa y de la UNESCO. El equipo de la editorial CCS (Centro Catequístico Salesiano) de Madrid ha publicado unos cincuenta libros sobre este tipo de animación (Sánchez, 1992). Este equipo utiliza la metodología grupal incluyendo los aspectos comunicacionales, aunque sin desarrollar mucho. Orienta su trabajo a la formación de animadores como respuesta a la realidad social. Analiza el significado de los valores que desea promover. La animación sociocultural europea parece tener alguna semejanza con la de los movimientos populares y sociales de América Latina.

5. La comunicación grupal a nivel escolar (Landívar, 1992, p. 105; García, 1984; Benavent, 1970; Mesa y Mesa).

6. La comunicación grupal en diversas organizaciones: empresariales, etc. La desregulación, la competencia y el cambio de mercados está obligando a las empresas a cambios drásticos. Hay dos formas de hacerlos: según un modelo jerárquico y burocrático, de arriba a abajo, cambiando estructuras y sistemas desde el centro, utilizando el tradicional método de premios, castigos, ascensos, o según un modelo de equipos de trabajo, de información compartida, de aprendizaje colectivo, de comenzar por abajo, por la periferia, para ir llegando arriba. Ahí la figura clave es el líder, que ya no es la persona mesiánica, solucionadora de todo, sino más bien como un facilitador, guía, maestro, servidor de su gente y servidor de una misión que va por encima de su propia organización, con una vocación y un compromiso, que estimula las visiones personales para integrarlas en la visión general, que cuestiona y problematiza continuamente, que actúa menos creando y apoyándose en el miedo y el temor y más en la aspiración. «Hay un gran líder cuando la gente dice: Lo hicimos nosotros» (Lao Tsu).

Todo está haciendo desarrollar «La Organización en Aprendizaje» y la «La Quinta Disciplina», cuyos principales exponentes son Beer (1990), Argyris (1991) y Senge (1990). Cursos intensivos con dinámicas apropiadas se están cambiando a su alrededor y quieren adaptarse. La comunicación que se está llevando a cabo participa de los criterios fundamentales de la comunicación grupal. Otros expresamente se refieren a la comunicación grupal dentro de la administración de empresas (Pieza).

7. La comunicación grupal está siendo condicionada también por las nuevas tecnologías. A través de las computadoras se organizan grupos, cuyos miembros pueden discutir temas por medio de una comunicación horizontal para llegar a decisiones. Se han comparado grupos que usaban un sistema computarizado para la toma de decisiones, con grupos que no usaban dicho sistema. Se vio que el primer grupo mejoró el aspecto organizativo, pero sin llegar a una discusión profunda y crítica del problema: la computadora le «distrayó» del objetivo principal (Poole et alii, 1993).

8. Otra modalidad muy valiosa más en el campo de la psicología es la desarrollada por la «Red Avanta», fundada bajo el liderazgo de Virginia Satir (Satir, 1991).

Estas experiencias y las diversas situaciones de comunicación indican que hay otro tipo de comunicación, y que esta comunicación grupal puede ser usada con aprovechamiento para la promoción de valores humanos y los cambios necesarios. Aunque ha habido una baja en el énfasis de la comunicación grupal, y más en la popular, la comunicación grupal tiene su especificidad que conviene conservar.

Tareas investigativas en la comunicación grupal

Varias corrientes de investigación están muy relacionadas con los procesos de comunicación grupal.

1. Hasta hace poco se asumía que los medios masivos tenían una gran influencia sobre la gente. Los conductistas pensaban que la televisión podía «modelar mecánicamente» las audiencias para bien o para mal. El receptor del mensaje, sentado cómodamente delante del televisor, era considerado como pasivo, con mentalidad exclusivamente receptiva, influenciable y manipulable a nivel político e ideológico. Estas ideas, aunque ya no aceptadas de una forma universal, tampoco se pueden descartar totalmente.

En un enfoque más moderno, se tienen en consideración las circunstancias del receptor individual, muy consciente de lo que pasa en los medios. Este es un modelo más complejo y real. El receptor atribuye significados a los programas de televisión, diferentes de los que intentó dar el emisor. El receptor lee sus propios significados en los programas que observa, apropiándose y disfrutándolos con significados que jamás intentaron sus autores.

Esta reinterpretación se hace a nivel individual, pero también a nivel interpersonal y grupal. Muchas de tales reinterpretaciones se hacen conversando en la familia, en el trabajo, en la calle... al comentar el programa de televisión, la película o cualquier noticia. Pero también se pueden hacer con actividades más formales, donde se aplique una metodología más estricta de comunicación grupal. Fuenzalida/Hermosilla (1991, pp. 117, 195-212 ss.) ven la importancia de la comunicación grupal en los análisis que los preceptores hacen sobre los programas de televisión. Y ya se ha precisado una «Metodología para un trabajo grupal de educación para la televisión» (Ley-Ruz-Fuenzalida, 1986). La teoría mediática y los estudios de recepción pueden enriquecer este proceso y enriquecerse de su estudio.

2. La polisemia de las imágenes permite, así mismo, hacer selecciones de significados a nivel individual y también a nivel grupal. La semiología puede ayudar mucho en ello.

3. Relación del modelo de comunicación grupal (dialógica y participativa) con el modelo clásico lineal: «fuente-mensaje-canal-receptor-efectos-*feedback*», y con sus variantes según diversos autores.

4. Un estudio teórico sobre el proceso de la comunicación liberadora del grupo debería estar basado en el estudio de los tres procesos siguientes: proceso de la comunicación, proceso de la liberación y proceso de la dinámica del grupo. Este estudio del proceso de la comunicación grupal liberadora es difícil, pues no hay muchos estudios elaborados sobre cada uno de los tres procesos mencionados (T. Martínez, 1986, pp. 195-217).

Asimismo, la comunicación grupal está relacionada y se basa en otras teorías y disciplinas afines: concientización, educación de adultos, pedagogía, cultura popular, comunicación participativa, desarrollo social y comunitario, trabajo popular, política, sociología, psicología, constructivismo (Hickel, 1992). También se basa en la experiencia, la creatividad y la organización. ¿En qué se diferencia la co-

municación grupal de la dinámica de grupos, terapia de grupos, animación de grupos, procesos grupales de toma de decisiones? ¿Qué les puede aportar la comunicación grupal?

5. Un punto muy tratado en la literatura relacionada con la comunicación grupal es la problemática generada por los conflictos dentro del grupo o entre grupos.

6. ¿La comunicación grupal es sólo para organizaciones de base o grupos pequeños que comienzan a conocerse y necesitan ponerse de acuerdo, aclarar sus puntos de vista y tomar decisiones conjuntas importantes? ¿Para qué niveles es más propia la comunicación alternativa, popular y grupal? ¿Qué valor tienen con personas más preparadas intelectualmente, por ejemplo con universitarios, y personas más acostumbradas a hablar en público?

7. Vale la pena continuar hablando de «comunicación grupal» (con la connotación de pequeño grupo en diálogo interpersonal), cuando el contexto real de acción más importante es en un plano mayor: en la organización y en el movimiento popular y social. ¿Cómo compaginar la concepción minimalista de la comunicación grupal tradicional de los años setenta y ochenta con todo el proceso global de cambio de entidades y organizaciones mayores o de la sociedad en general?

8. ¿Qué se entiende por «valor»? (Sánchez, 1992) ¿Cómo se han transmitido los valores en nuestras sociedades? Continuamente estamos siendo condicionados. No quisiéramos que tales condicionamientos se convirtieran en manipulaciones. ¿Cómo evitar la tentación de manipular en la comunicación grupal al promocionar valores?

9. ¿Cómo perfeccionar la metodología de la comunicación grupal para tener una comunicación más democrática e igualitaria?

10. Estudio comparativo de la comunicación grupal en América Latina y España.

Bibliografía

- ARGYRIS, Chris (1991), «Teaching Smart people how to Learn», *Harvard Business*, mayo-junio.
- BENAVENTE OLTRA, José A. (1970), «La comunicación en la clase como grupo», *Revista del Instituto de Ciencias sociales*, 16, Barcelona, pp. 287-302.
- BEER, Michael; EINSTANT R.A.; SPECTOR B. (1990), «Why Change programs don't Produce Change», *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre. Es un resumen de su libro *The Critical Path to Corporate Renewal*.
- CHARLES GREEL, Mercedes; OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1992), *Educación para los Medios*. ILCE-UNESCO. Alusión a lo grupal en las pp. 171ss., 176ss., 187ss., 194, 212, 215, 138ss. Referencias a dinámicas grupales: pp. 194-201.
- CIESPAL (1986), *Cultura Popular y Técnicas de Comunicación en América Latina*. Resúmenes Bibliográficos, N.2. Quito, Ecuador. Bajo el título «Dinámica Grupal y Técnicas de la Educación Popular» se mencionan 37 artículos/libros que cubren tres grandes temas: el grupo, el papel del animador y técnicas de dinámica grupal, en las páginas 163-168.
- COSSTICK, Vicky (ed.) (1987), *AIDS, Meeting the community challenge*, St Paul Publications, Inglaterra. Especialmente se recomiendan las páginas 97-111 de Justin Price, OSB, y el artículo de Anthony Clark.
- CRAIGS, Carlo E. (1992), *Media Education in the Primary School*. Routledge.
- FUENZALIDA, Valerio; HERMOSILLA, María Helena (1991), *El televidente activo. Manual para la Recepción activa de TV*. CPU. Santiago de Chile, 275 pp., (CSCC).
- FUENZALIDA, Valerio (1984), *Televisión-Padres-Hijos*, Santiago, CENECA-Edic. Paulinas, pp. 81-83, 99-103 ss. (208 pp).

- GARCÍA GARCÍA, FRANCISCO (1984), *Análisis comparativo de creatividad icónica individual y colectiva en niños de edad escolar*. Madrid, Universidad Complutense.
- HART, Andrew (1991), *Understanding the Media: A Practical Guide*, Routledge.
- HICKEL, Neusa Kern (1992), «Construtivismo, una nova teoria en educaçao». *Julho 92/Mundo Jovem* (99), p. 7.
- JUAN PABLO II (1979), *Exhortación Apostólica De Catechesis Tradendae*, VI:46.
- LANDIVAR, Tomás Eduardo (1992), «Comunicación Educativa», *Alternativas*, año VI, número 8, Argentina.
- LEY, Jorge; RUZ, Ana María; FUENDIZALIDA, Valcrio (1986), «Metodología para un trabajo grupal de educación para la TV», *Educación para la Comunicación Televisiva*, Santiago de Chile, CENECA-UNESCO, pp. 175-186.
- LI, Julio (1993), «La dinámica de un chino», CIAS, Buenos Aires, Argentina, N., p. 603-608.
- MARTÍNEZ TERRERO, José (1993), *Comunicazione di grupo nella pastorale e nell'organizzazione di base*. Pontificia Università Gregoriana. Centro Interdisciplinare sulla Comunicazione Sociale (PUGCICS). Roma. Apuntes de clase con una amplia bibliografía, 51 pp.
- MARTÍNEZ TERRERO, José (1986), *Comunicación Grupal Liberadora*, Edic. Paulinas/OCIC-AI/UNDA-AI/UCLAP/WACC, 280 pp. Traducido y publicado en portugués. Traducido al inglés.
- MASTERMAN, Len (1985), *Teaching the Media*, Gran Bretaña, Hartnolls Ltd. USA, Routledge.
- MESA y MESA, Rafael, *Carrera de Ciencias Técnicas de la Información. Algunas técnicas para mejorar la comunicación en un aula de clase*, México, 99 pp. (Base de Datos: BILACC).
- PIEZA RUGARCIA, Ramón, *Evolución y organización mecánica. comunicación en el hombre unitario (un punto de vista de la administración de empresas)*, México, 56 pp.
- POOLE, Marshall S. et alii. (1993), «Group Decision Support Systems and Group Communication», *Communication Research*, vol. 20, número 2, abril.
- SÁNCHEZ SÁNCHEZ, Antonio (1992), *La Animación Hoy. Una respuesta a la realidad social*, Madrid, Editorial CCS.
- SATR, Virginia; SCHWAB, Johanna; BALDWIN, Michele; GERBER, Jane; GOMORI, Maria, *Talleres de comunicación con el enfoque SATIR*. Edit. Pax Mexico, Librería Carlos Cesarman, S.A., Av. Cuauhtemoc 1430, Col Sta. Cruz Atoyac, 03310, México, D.F. Fax 605.7600. Traducido del inglés.
- SENGE, Peter M. (1990), «The Leader's New Work: Building Learning Organizations», *Sloan Management Review*, 7, Fall. Es un resumen de su libro *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*.
- WHITE, Robert A. (1987), «From «Group Communication» to «Comunicacion Popular», Londres (ahora en St. Louis, Mo), CSCC, octubre.

Resum

A partir d'una experiència de prevenció de la sida, realitzada per l'autor entre joves espanyols i llatinoamericans a Londres, i basada en la discussió grupal, l'autor descriu molt breument les característiques de la comunicació grupal i planteja les hipòtesis possibles d'aquest tipus de comunicació per descobrir els valors juvenils. Després, s'explica la varietat de situacions actuals en les quals s'ha donat i es dona aquesta comunicació, especialment dins del marc de la comunicació popular i alternativa d'Amèrica Llatina.

Paraules clau: Comunicació grupal, sida, valors, joves.

Abstract

From an experience of AIDS prevention, done by the author among Spanish and Latin American teenagers of London, and based on group discussion, the author very briefly explains the characteristics of group communication and establishes the hypothesis that this type of communication could be used so that young people can determine by themselves which should be

the main values in their lives. Later on, a variety of historical and actual situations are described, especially within the framework of Latin American popular and alternative communication.

Nota biogràfica

José Martínez de Toda y Terrero és un jesuïta d'origen espanyol (la Rioja, 1934), que ha treballat en l'àmbit de la comunicació i la cultura durant trenta-set anys, a Veneçuela. Des de 1991 treballa en el Centre internacional per a l'estudi de la comunicació i la cultura (CSCC), institució jesuïta, abans establerta a Londres, i ara situada dins de la universitat de St. Louis, Missouri (EUA). Entre els seus llibres, podem destacar *Comunicación grupal liberadora* (també traduït al portuguès) i *La publicidad en Venezuela*.
