



AFOPADI

Asociación de Formación para el Desarrollo Integral



LA COMUNICACIÓN DESDE AFOPADI 

2024

Índice

1	Presentación	3
2	Hacia una comunicación alternativa	3
3	¿Cómo se comunican los actores del territorio?	3
4	¿Cómo nos comunicamos desde AFOPADI?	4
5	Mensaje y temáticas	5
6	Canales de comunicación	6
7	Formación en comunicación	11

1 Presentación

La palabra comunicación proviene del latín *communicare* que significa compartir, intercambiar, poner algo en común, es decir, construir comunidad donde las ideas y pensamientos de todas y todos forman “un común” y “un juntos”.

Desde AFOPADI hemos establecido una comunidad de trabajo que construye relaciones, afectos, respeto, sueños y familia. Construir una comunicación horizontal y romper con los modelos verticales establecidos que favorecen la concentración del poder, ha sido una constante en AFOPADI.

La comunicación cercana, de confianza, forjada desde la verdad, adaptándose a los contextos y culturas es imprescindible para consolidar la relación y coordinación institucional y territorial, pues a través de ella se construye concientización y la creación en el imaginario de nuevos mundos posibles y de muchas vidas dignas posibles.

2 Hacia una comunicación alternativa

Hay que tener en cuenta que la constante manipulación y control de los medios de comunicación dificulta la comunicación popular. Así pues, la incidencia de AFOPADI en esta área rural no ha de ser pasiva ni puede ser políticamente muda. Por esta razón, nuestro ideario nos lleva a que las clases subalternas tomen conciencia crítica de sus propios horizontes culturales y problemáticas políticas.

Queda así justificado que, como **alternativa a comunicarnos a través de los medios convencionales**, nuestra propuesta se enfoca más hacia la **comunicación popular**, una alternativa a favor de la liberación de las clases oprimidas y excluidas.

No concebimos otra manera de comunicarnos, pues nuestro marco de actuación es el medio rural e indígena y, este, es un ambiente de precariedad y pobreza en el que la huella impuesta de la clase dominante ha quedado muy marcada sobre los cuerpos, el alma y la vida.

Sin embargo, **poco a poco el horizonte se va dibujando a manos de mujeres, hombres y familias Maya Mam que exigen y construyen condiciones de vida dignas y justas**. Para hacer este camino es necesaria una organización territorial fortalecida, pero también contar con canales de comunicación e información confiables, en idioma materno, desde la propia cosmovisión y libre de intereses políticos y económicos de los grandes capitales.

3 ¿Cómo se comunican los actores del territorio?

Nuestro **público objetivo** son las familias indígenas Maya Mam de las comunidades de San Ildefonso Ixtahuacán. Este es un público mixto en cuanto a género y generaciones, caracterizado por dedicarse a la agricultura de subsistencia y por la necesidad que tienen de migrar temporalmente para obtener mínimos recursos.

Entre las comunidades se observa un cambio generacional en los canales que los integrantes de las familias usan para informarse; mientras los jóvenes ya están más adentrados en las nuevas tecnologías y tienen facilidad para informarse a través de smartphones, las generaciones de mediana-avanzada edad siguen con los medios que han usado durante toda su vida.

El código cultural que se desarrolla en las comunidades es de conservación del medio oral, también conocido como “**boca a boca**”, medio que comienza a coexistir con las nuevas tecnologías. Aunque siempre existe el riesgo de que las nuevas tecnologías vayan desplazando a los medios tradicionales, existe un sistema de comunicación comunitaria fuertemente establecido que se basa en la **megafonía** para convocar a reuniones y dar informaciones de interés comunitario. En esencia es un sistema de comunicación participativo, colectivo y comunitario.

Otra de las características del territorio es que el medio más importante de comunicación es la **radio comunitaria Nan Pix**. Este medio es el que mayor alcance tiene en todo el municipio, pero lamentablemente, la emisora no alcanza a llegar a todas las comunidades. También existe un canal de televisión local, llamado **IxtaVisión**, pero este tiene menor alcance debido a que el uso de la televisión es menos masivo que la radio e incluso en algunas comunidades todavía no cuentan con energía eléctrica o no cuentan con los medios económicos para adquirir un televisor.

A través de la radio también se trata de afianzar su propia identidad cultural, ejemplo de ello es que la gran mayoría del **contenido emitido es en idioma Mam Mam**. De esta manera, se aspira a que el pueblo tenga su propia voz y se contribuye a que este desarrolle actitudes e ideas políticas que respondan a sus propios intereses.

Al tomar a los oyentes como actores y participantes directos dentro del territorio, la radio instala un carácter liberador, pues otorga la oportunidad al pueblo de apropiarse de este. Se trata así de una comunicación **emancipadora**, ya que inserta los procesos comunicativos rompiendo la lógica de la dominación.

4 ¿Cómo nos comunicamos desde AFOPADI?

Asimilando que nos encontramos en una época de información masiva, las nuevas tecnologías han impactado en la formación de valores y comportamientos en las nuevas generaciones. Es por ello que desde AFOPADI continuamente reflexionamos acerca de cómo hacer llegar nuestro mensaje de la manera más efectiva y acorde con los códigos culturales del territorio.

Estos son algunos métodos clave que definen cómo entendemos la comunicación:

- a) Una de las metodologías comunicativas con la que más nos identificamos es la **comunicación popular**. Esta metodología parte de la cultura y de las necesidades de las comunidades y transforma las características de la comunicación dominante, donde emisores y receptores intercambian continuamente sus posiciones. Esta comunicación está definida para la participación de todos los sujetos que en ella intervienen. Así es como los medios de comunicación populares, alternativos y comunitarios surgen, para darle un espacio de participación a sectores sociales históricamente excluidos, un espacio donde

puedan buscar soluciones a problemáticas sociales que no son atendidas por el gobierno.

- b) Un método de interacción significativo para nuestro equipo es la **comunicación horizontal**. Esta, a diferencia de la comunicación vertical (jefe-empleado), entendida como el modelo imperante, fluye lateralmente entre las personas de nuestro grupo de trabajo. A través de esta manera alternativa de relacionarnos, tratamos de evitar las relaciones autoritarias.

Debido a la facilidad que aporta a la hora de colaborar entre personas, esta comunicación sirve para tener una buena coordinación, y así conseguir los objetivos marcados. Esta metodología **agiliza la adopción de decisiones consensuadas, potencia la coordinación en equipo y optimiza el reparto de tareas**. Además, enriquece la creatividad del equipo, pues se cuenta con una amplia variedad de puntos de vista. Favorece un clima de trabajo dinámico y de confianza en el que se aumenta el compañerismo a través de refuerzo emotivo y social.

- c) Nos reunimos preferentemente en persona y usamos **mensajes** de texto y **llamadas**. Priorizamos siempre las **reuniones** grupales mensuales (incluso semanales) en las que la información se intenta dar con claridad, concisión, concreción, coherencia, asertividad y creatividad.
- d) La comunicación fuera de la institución (**comunicación externa**) mantiene la relación con el público general. Este público puede describirse a nivel interno (grupos beneficiarios, equipos coordinador y facilitador y junta directiva de AFOPADI) y externo (asociados, potenciales asociados, agencias donantes, voluntariado, entre otros).
- e) Las reuniones y actividades de difusión se realizan también en **idioma Mam**, debido a la importancia de hacer llegar la información de una manera lo más clara y cercana a la realidad y al contexto que viven las comunidades y como manera de valorizar la identidad cultural.

5 Mensaje y temáticas

Ante un estado ausente, vemos la oportunidad que sean las propias familias las que tomen las riendas de sus comunidades y sus vidas. Creemos que esta es la única manera que las personas de este territorio construyan dignidad y exijan sus derechos en busca del Buen Vivir de los pueblos. Este es uno de los derechos colectivos más importantes y es la autodeterminación de los Pueblos Indígenas (Convenio 169).

En las acciones comunicativas que impulsamos siempre buscamos que se expanda y se divulgue la esperanza de que es posible construir un mundo más justo, más digno y con justicia, donde todas y todos podamos vivir de acuerdo a nuestros sueños y capacidades, y no de acuerdo a la opresión, la exclusión y las limitaciones determinadas por género, edad, raza, condición económica o cualquier otra manifestación que implique un poder sobre otro, una vida por sobre otra vida.

Por lo tanto, de acuerdo a nuestro Plan Estratégico vigente, se trabaja sobre ciertas temáticas que trazan el horizonte hacia el que nos dirigimos: transformar la realidad.

Tabla 1. Temas claves

Eje	Temas claves de concientización
Construcción de vida digna	Agroecología, economía solidaria, capacitación y puesta en marcha de tecnologías apropiadas y acceso a tierra.
Apropiación de identidad cultural	Fortalecimiento de capacidades políticas y de su propia cultura con grupos de jóvenes, lideresas y líderes
Defensa del territorio	Participación en alianzas e incidencia política para la defensa del territorio.
Constitución del territorio	Concientización de la importancia y del cuidado del agua e impulso para una política municipal de agua

6 Canales de comunicación

Actualmente es innegable la importancia de la tecnología tanto en la vida en general como en la comunicación. Por nuestro lado, hemos ido re-adaptándonos al nuevo esquema, pero siempre sin olvidar la necesidad de conservar los canales comunitarios usados en el territorio.

Tabla 2. Canales de comunicación internos

Canales internos	Frecuencia de uso
Llamadas telefónicas	Continua
Mensajería móvil	Continua
E-mail	Continua
Reuniones presenciales	Semanales y mensuales

Tabla 3. Canales de comunicación externos

Canales externos	Herramienta	Objetivo	Frecuencia de uso
Visitas en campo	Informes	Mostrar evolución de procesos	Continua
E-mail	Mensajería informativa	Multipropósito	Continua

Perifoneo¹	Spot	Avisos de actividades, prevención COVID-19	Puntual
Radio comunitaria Nan Pix	Programas y spots radiales	Concientización en temas claves	Continua
Participación en programas de radio nacional y regional	Programas temáticos	Concientización en temas claves	Puntual
Materiales gráficos	Rótulos, mantas y afiches	Transmitir de manera sencilla información clave Para socializar procesos.	Puntual
Muralismo	Murales en San Ildefonso Ixtahuacan	Concientización en temas claves	Puntual
Acciones públicas	Marchas, manifestaciones, actos públicos	Concientización, articulación en y manifestación de temas claves	Puntual
Correo postal de AFOBELGICA	Cartas	Para informar a donantes el trabajo realizado	3 cartas al año
Coordinaciones externas	Reuniones	Compartir conocimientos y experiencias, aprender mutuamente	Puntual
Instagram https://instagram.com/afopadi?igshid=aDFsZm84a28ybG8z	Fotografías y pequeñas reseñas	Visibilizar nuestro trabajo	Continua
Facebook https://www.facebook.com/afopadi.guatemala https://www.facebook.com/afobelgica	Fotografías e información más extensa	Visibilizar nuestro trabajo	Continua
Web https://www.afopadi.org/	Información de interés sobre AFOPADI, fotografía y noticias	Visibilizar nuestro trabajo	Mensual

Visitas en campo

Las visitas en campo son imprescindibles en el trabajo. Es clave para mantener contacto con las comunidades, difundir y compartir información y como método de trabajo. Respetar el territorio y la idiosincrasia de las comunidades indígenas es un pilar básico en la visión y el objetivo de AFOPADI de concientización hacia un proceder más comunitario y justo. Es por ello que resulta indispensable que las comunidades se vean involucradas en las diferentes actividades que se llevan a cabo. Así, las visitas de campo van siempre acompañadas por reuniones con los líderes y lideresas de las comunidades y los comités responsables.

¹ **Perifoneo:** acción de emitir por medio de altoparlantes un mensaje o aviso de cualquier tipo. Utilizamos este medio porque llega directamente al público; a través de un megáfono se pueden escuchar los mensajes y comunicados. Este, es uno de los medios más efectivos de llegada al público.

AFOPADI siempre comparte resultados de investigaciones y actividades con la población involucrada. La sociabilización de los resultados de las actividades e investigaciones llevadas a cabo por AFOPADI es de vital importancia para que la comunidad se apropie de ellos, se creen alianzas y se fortalezcan las relaciones comunitarias, así como medio de formación y empoderamiento ciudadano.

Radio comunitaria Nan Pix

Desde 2023, empezamos a utilizar la Radio comunitaria Nan Pix más frecuentemente. Dos veces al mes, hacemos una transmisión para dar a conocer el trabajo de AFOPADI y para concientizar y sensibilizar a la población de San Ildefonso Ixtahuacán.

Cada transmisión se enfoca en otros temas y se invita a personas para dialogar y compartir experiencias desde las comunidades. Tanto hombres, campesinos como jóvenes y mujeres se animan a venir a hablar.

Unos ejemplos:

- Transmisión sobre la experiencia de la elaboración de bocetos y construcción de mural sobre la defensa del agua y del territorio;
- Transmisión con lideresas en el Día Internacional de la Mujer sobre la participación política de la mujer;
- Transmisión sobre la agricultura convencional vs. agricultura ancestral.

Aparte de las transmisiones semanales, podemos contar en la radio para transmitir en vivo acciones puntuales en las cuales AFOPADI está involucrado.

Materiales Gráficos

Una de las herramientas más potentes, visibles y perdurables en el tiempo, son los materiales como afiches, trifoliales, rótulos y/o mantas vinílicas. En AFOPADI hemos aprovechado esta herramienta, ayudándonos de los conocimientos de varios voluntarios especialistas en comunicación audiovisual. Las ilustraciones están hechas para transmitir información directa y clara.

Además, los y las voluntarios/as apoyan con la documentación fotográfica de las diversas actividades que se llevan a cabo y contribuyen a potenciar la capacidad comunicativa hacia el exterior a través de las redes sociales y el website.



Ejemplo 1: Folletos y afiches sobre los 12 principios irrenunciables para la defensa del agua y del territorio.



Ejemplo 2: Fanzine sobre el acompañamiento de las lideresas comunitarias.

Muralismo

Hace ya varios años, comenzamos a utilizar el muralismo como metodología de trabajo en AFOPADI. Desde entonces nos hemos enfocado en la promoción y defensa de los bienes naturales y el territorio.

Con los murales, como arte, hemos hecho una combinación entre lo que se considera como indianismo e indigenismo.

El primero, indianismo, según el escritor y estudioso del arte Miguel Rojas Mix, toma como motivo al indio bajo un sentido de búsqueda de las raíces en presencia de escenas costumbristas, en donde la belleza prima por sobre el discurso y que con el tiempo se constituyó en un estereotipo reduccionista que lindaba en lo turístico.

En cambio, el indigenismo se presenta con una actitud de lucha, mediante una postura más profunda y continua en su discurso que busca la reivindicación de la fisonomía latinoamericana, la que no se da solamente en su pasado, sino también en su presente y en un esperanzado futuro.

Nuestra intención es continuar haciendo uso de los murales para la concientización de la población en diferentes aspectos, como, por ejemplo: la recuperación de la cultura e identidad Maya-Mam, la defensa del territorio, la organización comunitaria, la lucha contra

el sistema capitalista, la promoción de modelos alternativos de vida, darle vida a las paredes, embellecer espacios, hacer sentir orgullo a las y los pobladores de su identidad.

De estas experiencias muralistas retomamos algunos elementos que se han constituido como elementos fundamentales de la metodología, constantemente en revisión y reconstrucción. Aquí presentamos un resumen de los elementos que nos han ayudado a configurar nuestra metodología muralista:

1. El muralismo como forma de arte con mucho poder de comunicación porque el mensaje de las imágenes llega directo a la gente;
2. El muralismo como memoria de hechos acontecidos;
3. El muralismo como postura política;
4. El muralismo como expresión artística y lenguaje gráfico de resistencia y de denuncia, que llama a la conciencia, la organización y la defensa del pueblo y de su territorio;
5. El muralismo como arte de protesta: comprometido y militante;
6. El muralismo como una expresión plástica al servicio como publicidad política;
7. El muralismo como respuesta crítica, desengañada y desmitificadora hacia el sistema mundo de muerte que nos cobija;
8. El muralismo como medio para promover y expresar unidad, igualdad, equidad, justicia y libertad;
9. El muralismo como producción de belleza que sugiera la lucha y a la vez la impulse.

Acciones públicas

En ocasiones específicas AFOPADI organiza acciones públicas y sale a la calle. No solo son momentos para denunciar injusticias y reclamar el respeto de nuestros derechos de la población, sino también son ocasiones para sensibilizar, organizar formaciones políticas y articular (por ejemplo, con otras organizaciones y comunidades).

En 2023, se organizó una marcha para celebrar el Acuerdo Municipal de Agua en San Ildefonso Ixtahuacán. Fue una manera para llamar la atención de todo el municipio y concientizar sobre el cuidado del agua, el derecho al agua y la NO-privatización del agua.



En respuesta a las elecciones de 2023 y los intentos del poder actual de deslegitimar el partido electo, las comunidades se unieron al paro nacional en contra de la corrupción.



Coordinaciones externas

A nivel regional, nacional e internacional se organiza puntualmente intercambios con otras organizaciones. El objetivo es compartir experiencias y aprender mutuamente.

Unos ejemplos del año 2023:

- Se organizó un intercambio con FUNDASAL en El Salvador sobre tecnologías apropiadas, en que participaron varias personas del equipo.
- Para los líderes y comités de agua de Casaca, se organizó una visita a un pozo mecánico, para aprender sobre el funcionamiento del pozo y la gestión comunitaria de ello.
- Varios jóvenes becados participaron en un Encuentro de Juventudes en Acción, en el cual tuvieron la oportunidad de dialogar sobre el contexto actual del país con otros jóvenes.
- Las lideresas se reunieron con grupos de mujeres de otras regiones para dialogar sobre el trabajo comunitario y más específicamente, de qué maneras se pueden involucrar en la incidencia política a nivel municipal.



7 Formación en comunicación

Aparte de poder contar con voluntarios especializados en diseño y comunicación audiovisual, también consideramos importante invertir en la formación de nuestro equipo.

El equipo atiende a diferentes formaciones como parte de su desarrollo dentro de la organización. El contenido y resultado de estas formaciones se trata de compartir con el resto del equipo a través de las reuniones y evaluaciones internas. De esta manera, dentro de la organización buscamos transversalizar los conocimientos, con la intención de romper la estructura vertical y colectivizar el conocimiento.



ESCUELA DE COMUNICACIÓN CAMPESINA Y POPULAR
EN AGROECOLOGÍA, SOBERANÍA ALIMENTARIA Y
DEFENSA DE LOS BIENES NATURALES, DISEÑADA DE
FORMA COLECTIVA POR COMUNICADORES Y
COMUNICADORAS DEL REDSAG Y COLECTIVO BUEN
VIVIR EL 27 Y 28 DE OCTUBRE DEL 2022

En 2023 un miembro del equipo se inscribió en la Escuela de Comunicación Campesina y Popular de REDSAG y El Colectivo Buen Vivir. Es una formación de dos años dónde se enfocan en los diferentes medios y las distintas estrategias de comunicación. Siempre con el propósito de promover la agroecología, la soberanía alimentaria y la defensa de los bienes naturales.

La escuela consiste de cuatro módulos:

(1) Radial Locución, producción radial y géneros comunicativos radiofónicos. Periodismo campesino y popular para radios comunitarias. La comunicación radial con enfoque en agroecología, soberanía alimentaria y defensa de los bienes naturales. Descolonización del pensamiento y la valorización del conocimiento ancestral.	(2) Escrito Periodismo campesino y popular para medios escritos populares. Géneros periodísticos escritos. Campañas de comunicación popular. La coyuntura del contexto político del país y la importancia de las alianzas con medios de comunicación alternativos.
(3) Multimedia y visual Foto documental para plataformas digitales y géneros televisivos. Comunicación multimedia en plataformas digitales y redes sociales. La comunicación multimedia y visual con enfoque en agroecología, soberanía alimentaria y defensa de los bienes naturales. Conocimiento de leyes y artículos sobre comunicación popular.	(4) Comunicación política La incidencia pública y política y el posicionamiento político desde la comunicación. Investigación y acción desde la comunicación política. Técnicas de Investigación para evidenciar el aporte de la agroecología, la Soberanía Alimentaria y el Buen Vivir para defender la biodiversidad.