RAUL CAMACHO MUÑOZ

OSCAR RODRIGUEZ GOMEZ

COMPILACIONES SOBRE ENSEÑANZA DE LA COMUNICACION

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

1988

COMPILACIONES
SOBRE
ENSEÑANZA DE LA COMUNICACION

RAUL CAMACHO MUÑOZ
Licenciado en Derecho
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

OSCAR RODRIGUEZ GOMEZ
Licenciado en Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco, México, D. F.

COMPILACIONES SOBRE ENSEÑANZA DE LA COMUNICACION

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

1988

ISBN-868-6104-18-5
0066-88008—A-0004

Editorial Universitaria Potosina

PRESENTACION

La presente compilación de documentos sobre la enseñanza de la comunicación, surge a partir de la inquietud prevaleciente en todos los sectores sociales respecto al quehacer comunicativo en México. Durante el difícil periodo por el que atravieza nuestra sociedad, el sentido fundamental que justifica la existencia de la moderna infraestructura de los medios de difusión masiva y de los centros de enseñanza e investigación de la comunicación, es su enorme potencial para la producción de mayores niveles de conciencia colectiva sobre los grandes problemas nacionales.

México esta inmerso en el circuito comunicacional planetario, y las generaciones a las que ha tocado vivirlo plantean problemas a los que la sociedad esta aun en proceso de comprender en toda su dimensión para ofrecer pautas en instrumentos para su solución. No es lo mismo operar complejos sistemas tecnológicos que decidir cuando, por que y para que; es muy diferente elaborar documentos que prueben la existencia de problemas de comunicación que proponer y actuar para resolverlos; es paradójico que en nuestra actual etapa de crisis económica la difusión comercial promueva el consumo suntuario y, sobre todo, es muy diferente administrar una empresa o institución comunicativa que realizar mensajes que contribuyan a los inaplazables requerimientos nacionales para el desarrollo.

La necesidad de nuestro país de definir un proyecto propio de comunicación e información se ve afectada por presiones de diverso tipo: por una parte, el reordenar y repensar su realidad a partir de marcos culturales propios; por otro, el acelerado desarrollo tecnológico que golpea desde el exterior con nuevas y crecientes transformaciones. De ahí que en un país donde las instituciones de enseñanza superior ofrecen la opción de encauzar las inquietudes de los nuevos retos de la nación, la carrera de Ciencias de la Comunicación constituye el espacio más adecuado para generar

los cuadros profesionales idóneos para la recuperación del proyecto nacional que nuestra sociedad requiere.

Promover la diversidad de pensamientos y concretar en la practica real sus contenidos, son tareas específicas de toda institución educativa que se considere libre y democrática. Por esta razón la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, a través de su Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ha iniciado una etapa de transformación del quehacer académico para vincularlo con las necesidades de una sociedad inmersa en los problemas de nuestro tiempo. México destaca en el concierto de las naciones por su política de autodeterminación y promoción de la identidad cultural en Latinoamérica, y el papel de los nuevos especialistas en comunicación debe ser congruente con los principios de nuestro nacionalismo. De ahi que la Máxima Casa de Estudios del estado de San Luis Potosí, atendiendo a las necesidades regionales que en materia de comunicación reclama la sociedad, promueva la orientación del análisis científico de esta problemática a través de la pluralidad de los postulados y estrategias con que se prepara a los profesionales de la comunicación que de ella surgirán.

Auspiciada por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, nuestra compilación sobre la enseñanza de la comunicación parte de algunos documentos clásicos que dan cuenta del surgimiento de la comunicación como objeto de estudio científico. Plantea las sugerencias metodológicas tradicionales más interesantes para la investigación, y entra de lleno en la exposición pormenorizada de los elementos constitutivos de una ciencia de la comunicación social para México y Latinoamérica y su eventual proyección hacia la región. Nos hemos centrado, por lo tanto, en aquellos postulados teóricos que tienden a configurar una ciencia de la comunicación donde las condiciones históricas particulares y globales son determinantes para su desarrollo en el aula universitaria y en el campo de su actividad práctica.

La mayor parte de los extractos de la compilación son transcripciones de los trabajos realizados por connotados investigadores de diversas universidades de México y Latinoamérica, mismos a los que reconocemos su contribución al crecimiento de la Ciencia de la Comunicación, con la certeza de que estarán de acuerdo con nosotros en que la reiteración de los postulados de sus trabajos afirma y crea tradición en los diversos enfoques del conocimiento.

Los Autores

PROLOGO

A 70 años de la presencia de los fenómenos de información de masas en México, constatamos la existencia de una infraestructura enormemente moderna de vias de comunicación materiales que nos pueden permitir ser otro país. Por ejemplo, desde 1921 hasta la fecha la industria de la radiodifusión ha crecido a un ritmo del 7% anual que es una tasa superior a la expansión demográfica en este periodo. Incluso ha sido mayor a otros ramos de comunicación más estratégicos para el desarrollo económico del país, como son los ferrocarriles que en 77 años, es decir, desde la epoca posrevolucionaria de 1920 a la fecha solo ha crecido un 25% con un tendido de 5000 kilómetros de vías ferreas.

Esta expansión vertiginosa de las telecomunicaciones ha generado en 60 años en el terreno material una gigantesca capacidad instalada de 16,000 kilómetros de microondas con 229 estaciones repetidoras y 110 terminales; dos satélites de difusión doméstica, el Morelos I y II con 205 estaciones terrenas para televisión y radio (de las cuales 13 son estaciones transreceptoras) y 27 más en proceso de instalación; 875 estaciones de radio de las cuales 665 son de amplitud modulada (25 son culturales) y 200 de frecuencia modulada (11 culturales); 192 estaciones de televisión de las cuales 78 funcionan en convenio con empresas privadas y 111 son operadas por los gobiernos de los estados o patronatos locales; cuatro canales de cobertura nacional (2, 5, 7 y 13), 72 sistemas de televisión por cable, más de 16 videoclubs, 90 empresas dedicadas a la producción de video y más de 3,500 salas cinematográficas con la presentación de aproximadamente 1,500 funciones diarias en el país.

En el campo de la formación de recursos humanos en comunicación contamos con más de 60 escuelas de información, y 15,000 especializados en esta área, 30,000 alumnos de información y unos 100,000 profesionales en esta rama en la República.

Sin embargo, es necesario analizar si la concetración de toda esa masa de recursos materiales y humanos nos está permitiendo alcanzar ser un país más justo o con mayores abismos sociales, si nos está permitiendo intensificar las relaciones humanas o las está diluyendo, si nos está posibilitando tener una conciencia más clara sobre los problemas que nos rodean o está incrementando nuestra enajenación, si esta promoviendo la conciencia colectiva solidaria, o acentúa el individualismo salvaje, si está facilitando la participación social de la mujer o subraya su cosificación, si impulsa el desarrollo nacional o propicia su estancamiento, etc.

Por ello, requerimos reflexionar sobre dicho fenómeno desde diversas teorías de la comunicación para calibrar el sentido que poseen dichas herramientas culturales para nuestro desarrollo nacional. Es, precisamente esta, la importancia que encierra esta primera sistematización conceptual que presenta la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Esfuerzos como estos permitirán a largo plazo construir una nueva visión de la comunicación que surja del conocimiento de nosotros mismos como personas, como sociedad, como regiones, como nación, y no de constantes modas intelectuales que son enormemente provocativas y por ello absorvidas por las escuelas de comunicación del país, pero que no aportan avances directos para nuestro urgentísimo proyecto de crecimiento colectivo.

Javier Esteinou Madrid

Formación de la Ciencia
de la Comunicación

FORMACION DE LA CIENCIA DE LA COMUNICACION

La llamada "Ciencia o Ciencias de la Comunicación o Información Colectiva" es de reciente formación. Se puede afirmar que su universo teórico se empezó a configurar a partir de los años treintas, teniendo como cuna de nacimiento los Estados Unidos y Europa.

Los orígenes más remotos de esta ciencia son encontrados en los dibujos de las cuevas del Altamira, en el Tam-tam de los tambores africanos, en los fundamentos de la Retórica de Aristóteles y en la revolución científica iniciada con el anteojo de Galileo hasta llegar a la comunicación y los medios actuales.

La Ciencia de la Comunicación se deriva tanto de las ciencias aplicadas como de las ciencias sociales. La mecánica, la cibernética, las matemáticas, la electrónica, etc. son las que se han encargado de producir, los medios masivos de comunicación, mientras que la psicología motivacional, la publicidad, el diseño, gráfico, la mercadotecnia, etc. tienen como tarea la producción de los mensajes canalizados por los medios.

1.—Origen de la Ciencia de la Comunicación

En Europa, particularmente en Alemania, el nacional socialismo desarrolló una gran propaganda como mecanismo de control y manipulación ideológico-política para lograr el consenso de las masas en favor del proyecto del Tercer Reich. Pero no solo eso, sino que la propaganda fungía como un arma de guerra para combatir ideológica y psicológicamente al adversario.

Algunos de los puntos de la concepción de Joseph Goebbels, respon-

sable del Ministerio de Propaganda de la Alemania Nazi sobre la propaganda, son los siguientes:

— Dar preeminencia a lo psicológico sobre lo militar; de ahí que un propagandista debiera ante todo, contribuir a planear los acontecimientos y no a racionalizarlos.

— Centralizar la propaganda en un sólo organismo, pues una sola autoridad debería dictar las directivas al respecto, explicarlas a los funcionarios importantes y vigilar las actividades de las otras entidades relacionadas con el asunto.

— Utilizar al máximo los medios masivos disponibles, tanto en los países ocupados como en los neutrales. En esa época Alemania tenia 12 estaciones de onda corta en Zessen, las cuales trabajaban sobre los 10 mil kilovatios cada una; Inglaterra contaba con 16 estaciones con un total de sólo 50 mil kilovatios; Italia disponía de 4 emisiones de onda corta. Pronto las emisiones del Eje alcanzaron una amplia cobertura en 6 idiomas.

La explotación al máximo de símbolos tales como "patria", "raza", "heroísmo", etc. fue uno de los mecanismos más utilizados por los nazis para crear en los ciudadanos una mística coherente con las pretenciones de la élite dominante. Independientemente de la ideología que caracteriza a este tipo de propaganda, hay que reconocer que fue Goebbels el primer sistematizador de la propaganda como medio de control político.

En los Estados Unidos, y en una dirección similar, se produjeron campañas de propaganda para convencer a la población de la necesidad de una participación activa en la contienda. "Era necesario sacrificar las comodidades materiales, mantener alta la moral, persuadir a los jovenes para que dejaran a sus familias y se enrolaran a realizar sin claudicaciones el trabajo de las fábricas, y lo que no era menos importante, conseguir dinero para financiar la guerra... La persuasión en gran escala de poblaciones enteras recurriendo al empleo de los medios masivos, no había sido nunca intentado anteriormente y fue llevado a cabo con habilidad y un alto grado de coordinación".[1]

Cuando Estados Unidos y el mundo en general entran en el período de paz, el reciente desarrollo de la ciencia de la comunicación cambia de dirección, es decir, si en la época de guerra su objetivo era lograr la aceptación beligerante de los Estados Unidos y del nuevo orden socio-económico, ahora el objetivo primario va a ser la publicidad de sus productos para agilizar su consumo por el pueblo.

Por otro lado, la actividad científica de los primeros comunicólogos estadounidenses tuvo relación con algunas dependencias del Estado. Por ejemplo Harold Lasswell fue el responsable del proyecto de investigación sobre Comunicación de Guerra; Carl Hovland fue el coordinador de la Sección de Comunicaciones para las Masas; Paul Lazarsfeld dirigía la Oficina de Investigación Social Aplicada en la Universidad de Columbia, etc.[2]

Posteriormente, en la época de postguerra, esta actividad científica penetra en las universidades, creándose la carrera de comunicación. Se forman departamentos especializados, escuelas de Comunicación, dentro de los Colegios, Institutos y Universidades con el propósito de producir cuadros científico-técnicos de la comunicación en el ámbito de las relaciones Empresa-Estado-Universidad de los Estados Unidos.

2. — *Mecanismo de la Comunicación*

La Ciencia de la Comunicación, tanto en su objeto de estudio como en su método, está determinada por la concepción funcional-estructuralista de la sociedad que la genera. Según Charles Wrigth, los medios de la comunicación tienen asignadas funciones específicas, como son: la vigilancia del medio ambiente, la cohesión social, la transmisión de la herencia cultural y el entretenimiento. Esta explicación teórica es de acuerdo al método funcionalista que dice que si un medio cumple con estas funciones, se ajusta al sistema social vigente, pero si tiende a desequilibrarlo, entonces es disfuncional.

2.1 — *Algunos fundadores de la Ciencia de la Comunicación.*

— Robert K. Merton señala que en los Estados Unidos, puesto que existen los medios de comunicación, es necesario convertirlos en lo más idóneo que sea posible, para determinar ciertos fines de la sociedad norteamericana.

— Harold Lasswell es importante por ser el autor del esquema famoso QUIEN dice QUE en qué CANAL a QUIEN con qué EFECTOS. Este esquema es uno de los clásicos, en torno del cual gira la explicación del proceso de la comunicación.

— Bernard Berelson, juntamente con Lasswell, crearon la técnica conocida como "Análisis de Contenido" que se emplea para medir cómo y en que grado los mensajes influyen en las conductas y comportamientos de los ciudadanos.

— Paul Lazardfeld realizo investigaciones sobre los efectos de los medios y la influencia que ejercen los llamados "líderes de opinión" sobre los individuos.
— Wilbur Schramm investigó sobre la correlación entre la lectura de periódicos y las características de los lectores.
— Norbert Wiener, basado en la teoría cibernética, contribuyó a crear el sistema de control en la comunicación a través del sistema de dirección.
— Shannon y Weaver desarrollaron los fundamentos de la "teoría de la información", que la explica como un elemento constitutivo de la organización social.

2.2.—Esquemas clásicos de la comunicación.

Veamos algunos de los modelos con los que los funcionalistas explican el proceso de la comunicación, y señalemos su procedencia de las ciencias metemáticas y electrónica, principalmente:

ESQUEMA DE LASSWELL

QUIEN	dice	QUE	en qué	CANAL	a	QUIEN	con qué	EFECTOS
1		2		3		4		5

Las cinco grandes zonas en el estudio del proceso de la comunicación.

DIAGRAMA DE LASSWELL CON MODIFICACIONES DE NIXON

Los estudios sobre la persuasión, realizados en Yale, llevan a modificar el modelo de Lasswell, introduciendo dos elementos más en el proceso de la comunicación: las INTENCIONES del comunicador y las CONDICIONES en que se recibe el mensaje:

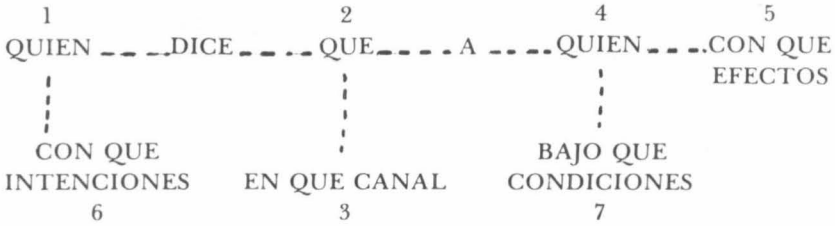
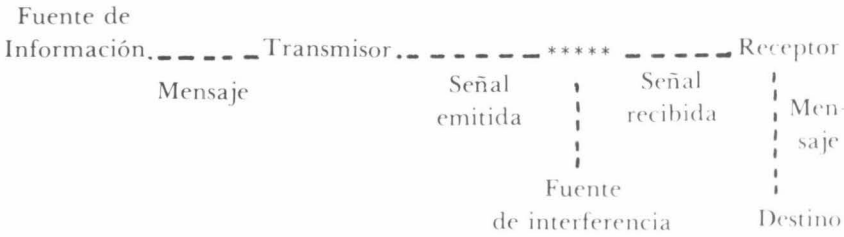


Diagrama de un sistema general de comunicación electrónica según Shannon y Weaver:

En 1947 Shannon y Weaver diseñaron uno de los modelos contemporáneos de la comunicación electrónica más usados, que explica, por ejemplo, un circuito radiofónico o telefónico:



Este modelo es adaptado por Schramm[3] al sistema de comunicación humana y dice: Sustitúyase "transmisor" (comunicador) con "micrófono" y "receptor" (perceptor) con "audífono", y estamos hablando de la comunicación electrónica. Considerese que la "fuente" y el "comunicador" son una persona, que el "perceptor" y el "destino" son otra, y que la señal es el lenguaje, y estamos hablando de la comunicación humana.

Schramm: la comunicación interpersonal y el procesamiento interno del mensaje en el comunicador y el perceptor: (Figura No. 1).

Cuando la comunicación es interpersonal, las personas se alternan en sus roles de comunicador y perceptor. A la respuesta que se dá a cada mensaje se le denomina "comunicación de retorno", muy importante por cuanto indica como se están interpretando los mensajes.

Para que el proceso de la comunicación opere en forma ideal, el mensaje debe tener las siguientes condiciones:

i). El mensaje debe formularse y entregarse de modo que obtenga la atención del destino.

ii). El mensaje debe emplear signos y tener contenido referentes a la experiencia común de la fuente y el destino, a fin de transmitir el significado.

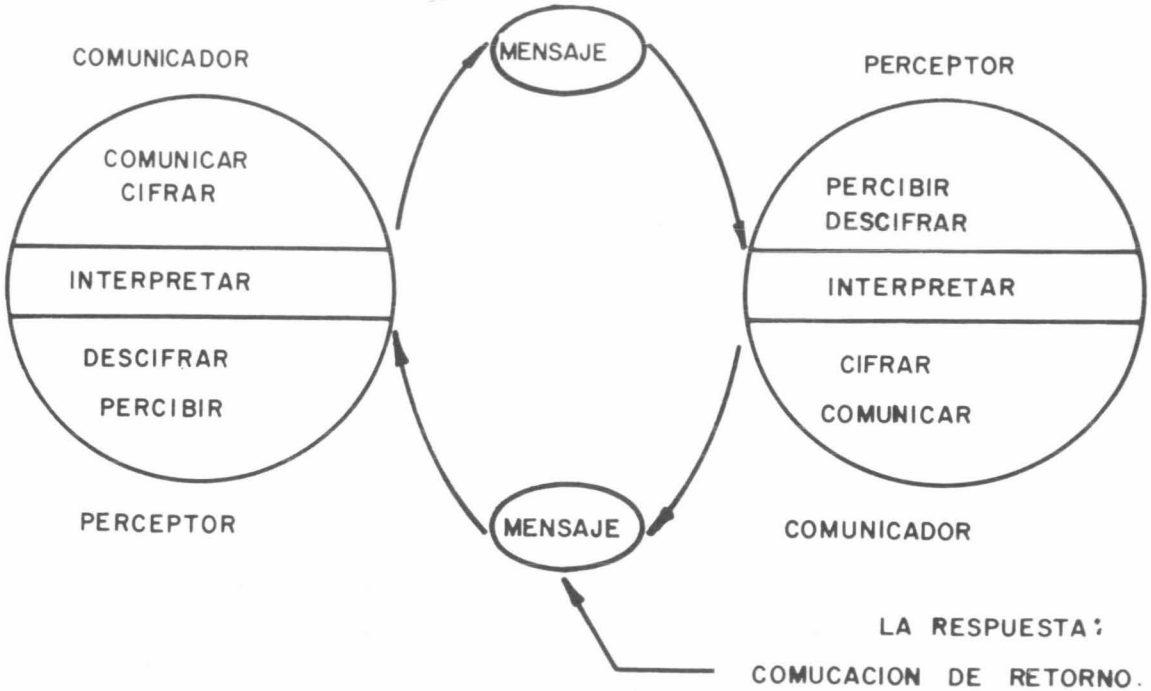


FIGURA 1.- Schramm: La Comunicación interpersonal y el procesamiento interno del mensaje en el comunicador y el perceptor.

iii). — El mensaje debe despertar necesidades en el destino y sugerir algunas maneras de satisfacer esas necesidades.

iv). — El mensaje debe sugerir, para satisfacer esas necesidades, una manera que sea adecuada a la situación de grupo en la que se encuentra el destino en el momento en que es impulsado a dar la respuesta deseada.

Schramm: Diagrama de la Comunicación Colectiva (Tuba):
(Figura No. 2)

La comunicación colectiva es un fenómeno de la tecnología modera. Los avances de los canales técnicos (especialmente electrónicos), son los que impulsan a su estudio científico. Los elementos del proceso de comunicación son los mismos, pero con características especiales. La "tuba" de Schramm es el modelo más común de la comunicación colectiva.

2.3. *Ejemplos de los tipos de comunicación.*

a) Directa-Unilateral-Privada: Conferencia del profesor a un grupo pequeño de alumnos.

b) Directa-Unilateral-Pública: Discurso de un político a una multitud congregada en una plaza pública.

c) Directa-Recíproca-Privada: Conversación entre dos personas.

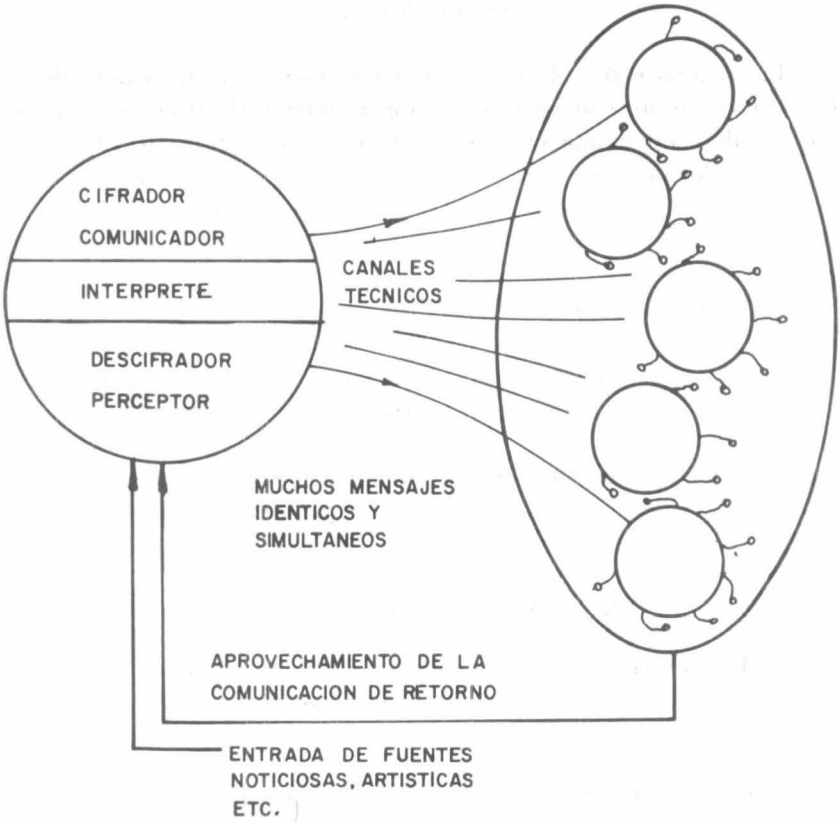
d) Directa-Recíproca-Pública: El profesor de canto ensava una canción con todos los alumnos de un colegio.

e) Indirecta-Recíproca-Privada: Conversación por teléfono entre dos personas.

f) Indirecta-Recíproca-Pública: Polémica entre un patrón y los obreros a través de la prensa.

g) Indirecta-Unilateral-Privada: Una carta enviada por un hijo a su padre.

Figura 2.- Diagrama de la Comunicación Colectiva: Schramm



Muchos perceptores, cada uno descifrando, interpretando, informando. Cada uno conectado con un grupo, donde se reinterpreta el mensaje

h) Indirecta-Unilateral-Pública: Comunicación colectiva: prensa, cine, radio, televisión, etc.

2.4.—Mecanismo de la Comunicación: Conceptos.

— Fuente: Todo individuo o comunidad que toma una información o sentimiento que desea compartir, poniéndolo en una forma que pueda trasmitirse. La fuente EMITE o envía su MENSAJE de un modo tal que sea fácil para el DESTINO sintonizar dicho mensaje.

— Mensaje: Toda señal (escrita, sonora, eléctrica, etc.) cuyo SIGNIFICADO pueda interpretarse de acuerdo a un sistema decifrado y descifrado en posesión de la fuente y el destino respectivamente. La constitución del mensaje es siempre un sistema de SIGNOS.

— Destino: Grupo o persona especifícos a los que se envía un mensaje. Este llevará un CODIGO tal que pueda ser descifrado en función de la experiencia compartida entre el RECEPTOR y el COMUNICADOR. El receptor estara así capacitado para emitir una respuesta que reinicie el ciclo comunicacional.

— Signo: Señal mediadora que representa algo específico en la EXPERIENCIA. Provoca casi la misma respuesta que el objeto que representa, pero no con la amplitud de dicho objeto. Estamos constantemente percibiendo signos de nuestro medio ambiente. INTERPRETANDOLOS y COMUNICANDO algo como resultado de ello.

— Código: Sistema de signos que es compartido por el comunicador y el receptor en el ámbito de su experiencia común. Permite al mensaje adquirir una forma que puede TRANSMITIRSE en un proceso de CIFRADO y DESCIFRADO de los signos que lo componen.

— Significado: Resultante que proviene de la percepción de un signo y que inicia nuestro proceso de comunicación. Lo que comunicamos exactamente dependera de nuestra elección de las respuestas de que se dispone en la SITUACION y que están relacionadas con el significado.

BIBLIOGRAFIA

1 De Fleur, Melvin: "Las Teorías de la Comunicación Masiva". Ed. Paidós, Argentina, 1976 pág. 172.

2 Merton, Robert K. "Teoría y Estructura Sociales". Ed. FCE, México, 1964 pág. 451.

3 Schramm, Wilbur: "Mecanismo de la Comunicación" Transcripción.

Comunicación Colectiva
y Opinión Pública

COMUNICACION COLECTIVA Y OPINION PUBLICA

1.—El efecto de la opinión pública en la comunicación colectiva.

Uno de los factores que condicionan, entre otros, lo que expresan los medios de comunicación colectiva sobre los problemas sociales y políticos, es el deseo o esperanza de QUIENES leen, escuchan o ven de que les digan ciertas cosas y no otras.

Esta determinación puede operar de dos modos, una vez que el canal de la comunicación (periódico, revista, estación de radio o t.v.) ha atraído la atención de un público apreciable:

— La determinación puede operar a través de una manipulación consciente, deliberada y calculada del CONTENIDO, que tiene por finalidad coincidir con la opinión dominante del público. Generalmente, el fenómeno se opera a través de una maquinaria organizada para descubrir QUE CLASE DE PERSONAS componen el público y que CLASE DE OPINIONES tienen sobre cuestiones controvertibles.

— La correspondencia más o menos inconsciente de la ideología entre PRODUCTORES y CONSUMIDORES de mensajes, es el proceso mediante el cual los productores reccionan ante cuestiones y acontecimientos nuevos como los miembros lógicos de su grupo, y su comunicación colectiva se acomoda a las predisposiciones del público, no mediante un proceso de adaptación a la medida, sino de CORRESPONDENCIA en el punto de vista.

2.—El efecto de la comunicación colectiva en la opinión pública.

Existen cinco factores centrales que forman parte del proceso mediante el cual puede formularse una teoría general del efecto de los medios de comunicación en la opinión pública:

— Formas de Comunicación — Tipos de asuntos
— Clases de personas — Tipos de condiciones
— Clases de efectos

La relación mutua entre estas variables representa el tema de la teoría de la comunicación en este campo y ha sido formulada de la siguiente manera:

"Algunas formas de comunicación que se refieren a algunos tipos de asuntos y que se dan a conocer a algunas clases de personas en ciertos tipos de condiciones, tienen algunas clases de efectos".[1]

a) Formas de Comunicación:

i) Mediante Personalismo:

Mientras más personales son los medios, más eficaces son para transformar las opiniones. En igualdad de circunstancias, la conversación personal es más eficiente que en un discurso radial, y éste es más eficaz que su publicación en el periódico. Las OPINIONES del individuo se forman dentro del contexto de sus relaciones formales e informales del grupo a que pertenece, por lo que se supone que mientras más dosis de "personalismo" contiene el acto de la información, ésta es más eficaz para la formación de opinión.

El concepto de "Líder de Opinión" surge de la relación existente entre la conversación personal y los medios formales de comunicación colectiva. Se supone que el "líder" o "transmisor de opinión" toma el material de los medios formales y lo pasa, con deformación o sin ella, a los congéneres que no usan los medios formales con tanta frecuencia, en el campo de que se trate.

ii) Por Especialización de Canales:

Dentro de un medio de comunicación colectiva, los canales especializados en las predisposiciones del sujeto son más eficaces para modificar su opinión, que los canales generalizados. La revista especializada es más eficaz en el tratamiento de su tema específico que la revista general que habla sobre lo mismo sin especificidad. El programa radial sobre un tema especializado es más eficiente para influir en las opiniones que los programas radiales generales que se ocupan de las mismas cuestiones.

La información especializada es más eficaz, por unidad de exposición, para estimular los cambios de opinión, que la información general.

La diferencia fundamental en el contenido de la comunicación es la que existe entre el contenido noticioso y el contenido editorial o interpretativo. Los acontecimientos referidos a través de los medios de comunicación colectiva cambian o fortalecen más opiniones que los comentarios de los editorialistas, columnistas y comentaristas. Los acontecimientos tienden a fortalecer los cambios de opinión producidos por las palabras, y el acontecimiento de un hecho consumado cristaliza la opinión a su favor, aun cuando las palabras no hubiesen podido hacerlo anteriormente. Por tanto, el contenido noticioso de los medios de comunicación es probablemente más influyente que el interpretativo. En resumen, debe reconocerse la relación recíproca entre los "acontecimientos" y las "palabras", de modo que sea posible afirmar que los medios de comunicación colectiva son más eficaces cuando su contenido noticioso concuerda con su contenido interpretativo.

b) Tipos de Asuntos:

La eficacia de la comunicación colectiva como una influencia en la opinión pública, varía según la naturaleza del asunto que conforma el contenido de sus mensajes. El contenido de la comunicación influye más efiscazmente en la opinión cuando trata cuestiones PERIFERICAS que sobre cuestiones DECISIVAS: es más fácil que los medios de comunicación modelen la opinión sobre lo que debe hacerse respecto de v.gr.: las iniciativas de ley del Congreso del Estado, que sobre lo que ha de hacerse en relación al movimiento obrero bien organizado; y es probablemente más fácil que modelen la opinión sobre el movimiento obrero que sobre las relaciones étnicas. El "cociente de pertinencia" de la cuestión guarda relación inversa con la capacidad del contenido de la comunicación colectiva para modificar las opiniones.

c) Tipos de Personas:

La eficacia de la comunicación colectiva como una influencia en la opinión pública, varía según el tipo de las personas, considerándose que los efectos directos de los medios en la opinión sólo pueden lograrse a través de aquella parte del público que presta atención a los diferentes medios de comunicación.

Mientras más fuertes son las PREDISPOSICIONES del público en relación con alguna cuestión, más difícil es que los medios de comunicación colectiva modifiquen las opiniones, quedándoles solamente la misión de racionalizarlas y reforzarlas.

Mientras menos informadas están las personas sobre una cuestión, más susceptibles son a la modificación de la opinión mediante la influencia de los medios de comunicación: las personas menos informadas son más activas en sus opiniones porque para ellas sencillamente no existe la base de datos en que se fundamente con firmeza una opinión estable, y los medios de comunicación o los contactos personales pueden impulsarlos más fácilmente en diferentes direcciones.

d) Clases de Condiciones:

Muchas comunicaciones colectivas sobre cuestiones de controversia tienen que abrirse paso en situaciones de competencia, o sea, en circunstancias en las que también se dispone de propuestas ALTERNATIVAS en los medios de comunicación.

El efecto de la comunicación colectiva en la opinión pública, debe ejercerse en relación al contenido de la comunicación COMPETIDORA y no respecto del MONOPOLIO de los medios: estos logran modificar más la opinión en circuntancias de monopolio que en casos de competencia, aunque esta sea desigual.

La distribución equitativa de la atención a los diferentes aspectos de una controversia pública se platea en lo que podría llamarse un "equilibrio funcional" en los medios de comunicación, o sea la distribución proporcional del contenido, que permite a los partidarios respecto de una cuestión leer, ver o escuchar a su propio lado con una facilidad razonablemente igual.

Por otro lado, las modificaciones en la opinión son afectadas según la FINALIDAD que persigue el receptor ante la exposición al medio de difusión. Esta finalidad puede ser accidental o deliberada, suponiéndose que la exposición sin finalidad es más eficaz para modificar la opinión en virtud de que las defensas del receptor ante las ideas nuevas estan disminuídas por que no hay prejuicios presentes.

e) Clases de Efectos:

Existe una distinción entre la eficacia de los medios de comunicación para lograr que se sostengan ciertas opiniones y no otras, y su efectividad para crear nuevas opiniones:

En primer lugar, el fondo atractivo y la fácil ACCESIBILIDAD del contenido de entretenimiento o diversión de los medios de comunicación, tienen el efecto de minimizar el interés político para algunos grupos de la población.

En segundo lugar, los medios pueden aumentar la APATIA POLITICA simplemente mediante la presentación de la magnitud, de la diversidad y de la complejidad de las cuestiones políticas sobre las que se supone que debe estar informado el ciudadano responsable.

Mientras más fuertes son las PREDISPOSICIONES del público en relación con alguna cuestión, más difícil es que los medios de comunicación colectiva modifiquen las opiniones, quedándoles solamente la misión de racionalizarlas y reforzarlas.

cional del contenido, que permite a los partidarios respecto de una cuestión leer, ver o escuchar a su propio lado con una facilidad razonablemente igual.

Por otro lado, las modificaciones en la opinión son afectadas según la FINALIDAD que persigue el receptor ante la exposición al medio de difusión. Esta finalidad puede ser accidental o deliberada, suponiéndose que la exposición sin finalidad es más eficaz para modificar la opinión en virtud de que las defensas del receptor ante las ideas nuevas estan disminuídas por que no hay prejuicios presentes.

BIBLIOGRAFIA

Berelson, Bernard "Comunicación Colectiva y Opinión Pública" 1948 Transcripción.

Diseño Experimental en la Investigación de la Comunicación

DISEÑO EXPERIMENTAL EN LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION

Si tenemos en cuenta que las ciencias aplicadas y las ciencias sociales son las que proporcionaron los elementos constitutivos de la Ciencia de la Comunicación, podemos afirmar que su carácter es doble: el que proviene en las ciencias técnicas y el de las ciencias sociales. En general, sin embargo, se ha considerado a la comunicación como una ciencia social, de tal manera que se encuentra casi divorciada de las disciplinas como la cibernética, computación y la ingeniería mecánica-electrónica.

"La comunicología, hija de la psicología y la sociología, tiene como propósito inventar estrategias de medios y mensajes capaces de producir en los individuos los comportamientos deseados... Así, inspirada en la psicología, la 'investigación del público' nació para detectar las 'motivaciones' del individuo, en especial aquellas relativas al consumo o al voto. Bajo la influencia ulterior de la psicología social, 'la investigación de actitudes' se convirtió en una herramienta clave para comprender QUE guiaba a los individuos a aceptar o rechazar propuestas. 'La investigación de canales' y la 'investigación de mensajes' ensayaron numerosos formatos de comunicación persuasiva con el objeto de dotar a los persuasores con la habilidad de lograr el consentimiento de los individuos"[1].

1.—Observaciones sobre Diseño Experimental.

En contraste con el desarrollo de las ciencias básicas, las ciencias sociales acusan una particular lentitud en la aplicación del resultado de sus estudios. En virtud de la complejidad de sus datos, las ciencias sociales conllevan valores que a veces ponen a prueba la objetividad del investigador, aún cuando no provoque la resistencia de los intereses creados de nuestra sociedad.

A decir de algunos investigadores[2], el problema básico radica en la

presuposición implícita de que cualquiera con un poco de sentido común y unos cuantos hechos, puede inmediatamente encontrar la respuesta correcta sobre cualquier tema. Lo que en realidad se encuentra es un pequeño conjunto de datos y una enorme INTERPRETACION puramente subjetiva, resultante de la subestimación del proceso y los medios para llegar a respuestas concretas.

En el marco de esta consideración, es posible afirmar la necesidad de someter a prueba rigurosa toda evidencia que conduzca a la puesta en práctica de la investigación psicosocial. Por tanto, resulta imprescindible en toda investigación un diseño de experimentación construído de antemano para que la EVIDENCIA no se preste a interpretaciones alternas.

1.1.—El experimento controlado.

Básicamente, el modelo funcional más utilizado en la investigación de la comunicación considera la formulación de una HIPOTESIS como la "explicación razonable, teóricamente fundamentada y concordante con la experiencia de un fenómeno que hasta el momento no había sido comprendido cientificamente"[3], y cuyo sometimiento a continuas pruebas dará las pautas para el establecimiento de leyes que permitan operar y predecir con el comportamiento del fenómeno.

Dado que el método funcionalista se ocupa principalmente del estudio de los efectos —en este caso de los medios de comunicación colectiva— sobre los individuos y grupos humanos, se ha tratado de discernir el modelo conceptual para investigación en comunicación a partir del siguiente diseño experimental:

	Antes	Después	
Grupo Experimental	x1	x2	"d" = La diferencia entre el "antes" y el "después".
Grupo de Control	x'1	x'2	

$$d = x2 - x1$$

$$d' = X'2 - x'1$$

La prueba de si una diferencia "d" puede atribuirse a lo que nosotros pensamos, es si "d" es significativamente mayor que d'.

Desafortunadamente, en la mayoría de los casos, no se tiene la paciencia de diseñar estudios que tengan todas las cuatro celdas de este modelo. A veces solo tenemos las dos celdas superiores, como en el llamado "diseño panel":

$$x2 \qquad d = x2 - x1$$

Aqui tenemos dos observaciones sobre los mismos individuos o grupos, hechas en diferentes momentos. La información resultante de la aplicación de este diseño sólo nos permitirá inferir INDIRECTAMENTE sobre exáctamente cuales factores son responsables por el cambio observado.

Aún más, es posible que nuestro diseño experimental alcance solo la expresión usada con más frecuencia:

$$x1$$

$$x'2$$

En este caso, tenemos una muestra de una época, y otra de una posterior. El promedio es mayor para la muestra reciente que para la posterior. Pero no podemos observar CUALES ni qué TIPO de sujetos han cambiado; además, las poblaciones en las dos muestras pueden ser diferentes originalmente, por tanto las diferencias no necesariamente pueden atribuirse a condiciones existentes en el lapso de tiempo entre las dos observaciones.

1.2.—El Análisis de Correlaciones.

En estadística llamamos "correlación" a la medida de dispersión en la relación entre dos o más variables independientes, esto es, a su relación recíproca.

Coeficiente de Correlación será la medida estadística de la caracterización en la aparición combinada de dos o más rasgos. Indica el grado de dependencia entre dos o más características y puede tener todos los valores comprendidos entre 1 y —1. El 1 indica completa correlación y el —1 una correlación inversa. El valor "0" indica ausencia de correlación.

En nuestro modelo funcional a base de celdas el diseño de correlaciones podría representarse asi:

x 2

x' 2

Donde estudiamos dos o más grupos de personas en la misma época y comparamos sus actitudes tras la aplicación del experimento.

El problema es que no podemos saber con certeza que proporción de la diferencia entre x'2 y x2 se puede atribuir a la experiencia en un ramo dado de los sujetos del grupo 1 y qué proporción es una función de los sujetos seleccionados de ambos grupos para cada ramo. Se trata, entonces, de un portón abierto por el cual pueden entrar muchas otras variables no controladas.

El objetivo de una visión crítica de esta naturaleza en cuanto al diseño experimental, pretende señalar las siguientes pautas para la investigación en comunicación:

— Investigación Exploratoria:
¿Cómo saber?

— Selección del problema inicial:
¿Qué importancia tiene?

— Construcción de operaciones de investigación:

"Si x1, dados x2 y x3, entonces hay una fuerte probabilidad de que se obtenga x".

— Limitarse a estudiar un número reducido de variables a la vez.

2.—Hacia un modelo para investigar en Comunicación.

Enseguida presentamos un sistema de conceptos con los cuales la metodología funcionalista pretende construir un modelo simple y económico capaz de unificar muchos de los enfoques existentes sobre la comunicación colectiva:

"En cualquier teoría general de la comunicación se necesita un número mínimo de ROLES Y PROCESOS que deben aislarse y definirse provisionalmente como paso preliminar en la construcción de dicha teoría"[4].

2.1. Rol

Concepto desarrollado en la sociología funcionalista para referirse a una POSICION determinada del individuo en el contexto social, esto es, a la actitud y las funciones que se espera que ésta asuma. Se trata de una forma de conducta social, lo que le corresponde hacer al individuo de acuerdo con su situación social y con los requerimientos que con respecto a ella se establecen.

El individuo no puede volcarse por entero en su Rol. Antropológicamente es más de lo que representa en su Rol. Es posible que en la forma en que se presenta en su rol haya muy poco de él, que sea como un actor representando un personaje en un escenario.

La pertenencia del individuo a un grupo origina una continuada diferenciación en el rol y puede ser causa de conflictos. El niño —y también en ocasiones el adulto— puede adoptar un rol distinto del habitual en juegos de ficción y de ilusión.

2.2.—Roles fundamentales en Comunicación:

A).—Comunicadores «Roles de apoyo»: Personas o sistemas sociales que toman parte activa en la selección y transmisión INTENCIONAL de mensajes. Un mensaje intencional es aquel que el comunicador produce con el propósito de modificar la percepción que el receptor tiene de un objeto significante.

B).—Receptores «Roles de los sistemas de conducta»: Personas o sistemas sociales que requieren y utilizan las comunicaciones sobre las condiciones de su ambiente para la satisfacción de sus necesidades (i) y la solución de sus problemas (ii).

i).—Satisfacción de la necesidad: Realización de la acción impulsada por la supresión de la tensión generada por la necesidad, entendida ésta como la expresión de lo que un ser vivo requiere indispensablemente para su conservación y desarrollo.

ii).—Solución de Problemas: Búsqueda y encuentro de un medio o

cambio, no conocido previamente, para pasar de un estado de cosas inicial dado a un estado final deseado y más o menos exactamente conocido.

C). — Transmisores «Roles del canal»: Función de agentes en la selección y transmisión NO INTENCIONAL de la información que requieren los receptores, especialmente cuando la información se encuentra más allá de su alcance inmediato.
Un mensaje no intencional es el que se transmite directamente al receptor sin existir ninguna intención del comunicador de influir en ella.

2.3. — Otros roles y procesos:

a). — Mensajes y opiniones: la totalidad de objetos y acontecimientos que ocurren "fuera" del circuito fundamental de comunicación y que son seleccionados en forma transmisible e interrelacionable.

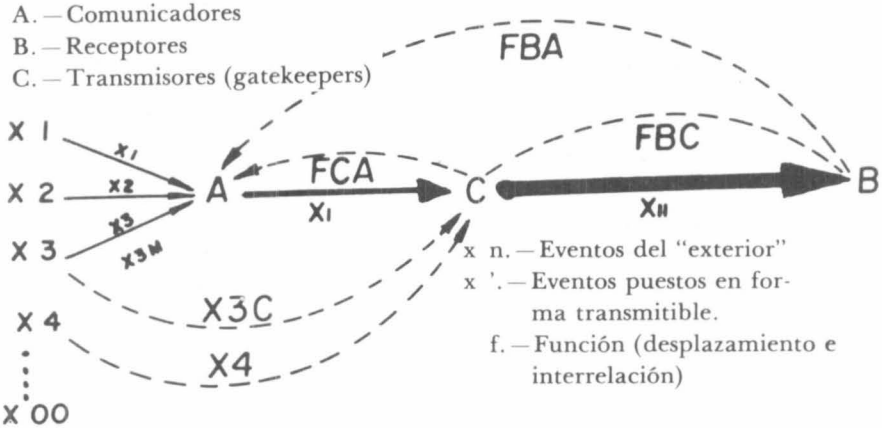
b). — Canales: Aquellos medios por los que los mensajes son movilizados por intermedio de los comunicadores y/o de los transmisores hacia los receptores. Incluyen "vías" (inputs) manipuladas por los transmisores quienes en varias formas alteran los mensajes.

c). — Codificación: Proceso por el cual comunicadores y transmisores transforman los objetos y eventos del "exterior" en mensajes y opiniones. El DESCIFRADO es el proceso por el que los receptores interiorizan los mensajes.

d). — Retroalimentación: Medio por el que comunicadores y transmisores obtienen información sobre los efectos que los mensajes tienen sobre los receptores.

2.4. — El Modelo Conceptual:

A. — Comunicadores
B. — Receptores
C. — Transmisores (gatekeepers)



x n. — Eventos del "exterior"
x '. — Eventos puestos en forma transmitible.
f. — Función (desplazamiento e interrelación)

Este esquema sintetiza el intento de formular un sistema de conceptos para un modelo único de comunicación:

Los mensajes que C transmite a B (X") representan sus selecciones tanto de los mensajes que le llegan de las Aes (X') como de las selecciones y abstracciones que hace la misma C de las X presentes en su propio campo sensorial (x3c, x4), las cuales pueden o no estar presentes en el campo de A.

La retroalimentación no sólo se desplaza de B hacia A (f BA) y de B hacia C (f BC), sino también de C hacia A (f CA).

Por supuesto, en la situación en la que se produce la comunicación colectiva, un gran número de C reciben mensajes de un número muy grande de Aes y transmiten mensajes a un número mucho mayor de Bs las cuales reciben simultáneamente mensajes de otras C.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

1 Beltrán, Luis Ramiro: "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina". Transcripción Caracas, 1976.

2 Stouffer, A. Samuel: "Algunas observaciones sobre diseño experimental". Transcripción. 1967.

3 Dorsch, Friedrich: "Diccionario de Psicología". Ed. Herder Barcelona 1976.

4 Westley & McLean: "Un modelo conceptual para la investigación de la Comunicación". Transcripción 1966.

Sociología de la Comunicación

SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION

* *Introducción:*

La década de los años ochenta está configurada por un contexto histórico que replantea las condiciones de estudio y de trabajo del estudiante y el profesionista de las ciencias sociales, en general, y el área de la comunicación masiva, en particular.

Vivimos un momento caracterizado por el reflujo de la utopía revolucionaria y un marcado retorno de las fuerzas conservadoras, tanto en los Estados Unidos como en los países más vanguardistas de Europa. Mientras, en América Latina está realizándose un proceso de transición de las dictaduras hacia formas de democracia más o menos controlada, mientras que en las tradicionales democracias institucionales los mecanismos de control tienden a endurecerse.

Por otro lado, la situación de Centroamérica permite observar que los levantamientos populares retoman el proyecto y el idioma de la revolución, pero que están siendo duramente cercados económica y políticamente en un reflejo global del conflicto entre el carácter internacional de la estructura económica y los proyectos políticos nacionales.

La cada día más estrecha y más específica vinculación de las comunicaciones con el proceso social global son evidentes tanto en el plano económico como en el político. En lo económico por el aporte de los medios masivos de comunicación al proceso de valorización de la producción en virtud de la agilización que imprimen a la circulación y consumo de las mercancías, así como por el papel que la información juega ya en cuanto a materia prima de toda la producción, llegando incluso a redefinir su proceso. En lo político, por otro lado, las nuevas comunicaciones resultantes del encuentro de la telecomunicación con la informática, vienen a replan-

tear las relaciones entre el Estado y los medios masivos a partir de la necesidad de definición del control sobre la investigación y la producción en éste campo.

La investigación CRITICA en ciencias sociales, y particularmente en lo que se refiere a la comunicación masiva, ha estado consolidando en Latinoamérica una postura bastante alejada de las formas clásicas del pragmatismo positivista tan en boga apenas 10 años atrás. Un pragmatismo que relegaba la imaginación a la esfera de lo artístico, de lo literario, desterrándola del trabajo científico y del quehacer teórico mediante aquella concepción epistemológica según la cual investigar se reduce a operativizar un modelo, a aplicar una fórmula, y en la que la objetividad se confunde con la estadística: hacer investigación para no tener que pasar a la acción, para no tener que ejercer "práctica" alguna, porque investigando lo particular, sobre lo que es posible intervenir, se corre el riesgo de descubrir no sólo argumentos para "criticar" al sistema sino herramientas para transformarlo.

En el ámbito de investigación de la comunicación masiva, la postura crítica latinoamericana surge de la concepción instrumentalista de los métodos y las técnicas tan predominante en nuestras universidades a través de esos cursos de Método en los que se enseña "funcionalismo-marxismo-estructuralismo". Y en los que los métodos se estudian desvinculados de la historia, de los problemas y las disciplinas en que se gestaron, convertidos en recetarios de técnicas cuya coherencia formal puede garantizar la verdad de lo encontrado, más allá y por fuera de las condiciones sociales del problema que se investiga.

El método desde el que las transformaciones culturales son vistas y reducidas a EFECTOS de los medios, a efectos aislados y medibles, deja de lado por no objetivables otras variables del contexto social más eficaces que los mismos medios, descartando la articulación entre sistemas de producción y relaciones de poder como determinante de la realidad comunicativa. En este sentido, la línea crítica sostiene la incapacidad de las entrevistas y los cuestionarios tradicionales para abordar el modo en que los diferentes grupos sociales introyectan a su realidad los mensajes de los medios, ya que la actividad de comunicación masiva —la producción, la palabra— se halla solamente del lado del emisor, mientras que del lado del receptor solo hay pasividad o reacción —la escucha o el consumo—.

Tres campos de investigación en comunicación social se configuran

actualmente como estratégicos en América Latina: el orden o estructura internacional de la información, el desarrollo de las tecnologías que fusionan las telecomunicaciones con la informática, y la llamada comunicación participativa, alternativa o popular.

De éstas, y en virtud de las condiciones actuales de enseñanza de la comunicación en México, nuestro trabajo de compilaciones sobre Sociología de la Comunicación va dirigido a la señalización de propuestas en el ámbito de la comunicación alternativa. Pocos investigadores mexicanos están abordando —por razones políticas y tecnológicas— los rubros de orden informativo y de telemática, mientras que un número cada vez mayor de comunicólogos se halla comprometido en la investigación y puesta en práctica de las multifacéticas propuestas en la comunicación participativa y popular. De los trabajos de muchos de ellos elaboramos esta compilación, deseando contribuir a que nuestros futuros comunicólogos enfoquen su quehacer hacia las intensas realidades de nuestro país y nuestro continente.

1.—Los medios masivos como mediadores entre la producción y el consumo.

Al erigirse como potencia hegemónica de la postguerra, los Estados Unidos entran en un contexto de crisis donde la empresa monopolista se ve en la necesidad de acelerar la producción y ampliar y consolidar mercados para colocar sus productos. Para lo primero requería nueva tecnología y, para lo segundo, contratar un buen número de científicos de las diversas ramas del saber con el fin de conocer los gustos, preferencias, tendencias, comportamiento etc. de los nuevos públicos. Era ésta una tarea inédita hasta ahora, pero urgida por la situación económica-política del momento.

"El empresario competitivo de antaño ni siquiera soñó en las fabulosas sumas que asignan las gigantescas corporaciones a fundaciones de diversos tipos cuyo propósito, más o menos explícito, es predisponer a los hacedores de la opinión pública a favor de la empresa monopolista"[1]. Estas campañas resultaban tanto más costosas cuanto que se trataba de cambiar los valores, las apetencias profundas, las costumbres y, en definitiva, la conducta de los individuos en cuanto tales y como grandes públicos.

Se hizo, pues, imprescindible perfeccionar la tecnología para la difusión con alcances masivos para conquistar mercados cuyas potencialidades, hablando en términos de ganancia, se preveían ilimitadas. Ese nexo entre los ciclos producción-consumo, separados hasta entonces, aceleró y puso en la dirección deseada el proceso de masificación gracias al cual el sistema, y el mundo, podían concebirse como una totalidad.

Las investigaciones sobre comunicación realizadas en esta etapa en los Estados Unidos muestran claramente las preocupaciones que latían en el ánimo de quienes financiaban los proyectos de investigación y los intereses económicos y políticos que estaban detrás de la ciencia en gestación. "Se podría resumir en pocas palabras la diferencia principal entre los estudios europeos y norteamericanos sobre la comunicación de masas, por lo menos hasta los años sesenta, observando que los primeros nacieron espontáneamente en las universidades, en los institutos de psicología y pedagogía, y en los ambientes culturales y artísticos, en tanto que las investigaciones de norteamérica fueron reglamentadas y financiadas, con el tiempo, por las grandes industrias, por el gobierno federal y por las fuerzas armadas, sucesivamente. La línea europea tendía a revelar la naturaleza y las posibilidades estéticas de las nuevas técnicas de comunicación, mientras la norteamericana proponía, sobre todo, estudiar la manera de dar una eficiencia cada vez mayor al instrumento radiofónico, fílmico o televisivo para los fines de quien de vez en cuando, los regenteaba"[2].

Ya en 1932 Bertolt Brecht escribía en cuanto al funcionamiento unidireccional de la radio: "He aquí una proposición tendiente a transformar su función: hay que transformarla de aparato distribuidor en aparato de comunicación. La radio podría ser el más formidable aparato de comunicación que pueda imaginarse para la vida pública... podría serlo si supiese no sólo emitir, sino también recibir, no solo hacer escuchar al auditor, sino hacerlo hablar, no aislarlo, sino ponerlo en relación con los demás"[3].

2.—*Los medios como sistemas sociales: funcionalismo*

Al intensificarse los estudios sobre comunicación, los investigadores se vieron en la necesidad de acudir a técnicas y procedimientos cuantitativos con el fin de detectar, de una manera empírica y no especulativa, los efectos de los medios sobre los públicos. Técnicas como la encuesta, el sondeo, *ratings*, estudios de mercado, análisis de contenido etc., alcanzaron pre-

ponderancia desde la primera etapa. ¿Qué entendían estos investigadores por procedimientos "cuantitativos" en esta materia?

Wilbur Schramm lo explica así: "La investigación sobre comunicación en los Estados Unidos es cuantitativa, más bien que especulativa. Quienes la practican se encuentran interesados fundamentalmente en la teoría, pero sólo en una teoría que puedan probar, ¡y quieren probarla! Así pues, son investigadores del comportamiento: tratan de encontrar algo acerca de por qué los humanos se comportan en la forma que lo hacen y como puede la comunicación hacer posible que vivan juntos más feliz y productivamente"[4].

En este sentido, los investigadores en comunicación han intensificado sus análisis sobre los medios considerándolos como sistemas sociales cuyos componentes principales son: el público, las agencias de investigación, las agencias publicitarias, los financiadores y las demás personas que intervienen en la elaboración de los mensajes. Desde ésta perspectiva, las funciones específicas asignadas a los medios de comunicación son la supervisión, la correlación social, la transmisión del patrimonio cultural y el entretenimiento. Sobre esto se ha centrado el llamado análisis funcionalista de la comunicación: se trata entonces de ver en qué medida estas funciones se ajustan al sistema social vigentes, o bien, en que medida tienden a desequilibrarlo. En el primer caso dichas actividades serían funcionales y, en el segundo disfuncionales.

En un claro enunciado de la posición funcionalista que desde un principio hicieron los psicológos de esta línea, son señalados tres puntos:

1.—El funcionalismo se interesa por el COMO y el POR QUE de las operaciones mentales y asimismo por el QUE (es decir, tiene un contenido descriptivo). Es una psicología de causa y efecto que se ocupa de las operaciones mentales que se dan en un contexto.

2.—El funcionalismo es esencialmente una psicología del ajuste del organismo a su ambiente. La conciencia evolucionó para ayudar al organismo a resolver sus asuntos cuando surgen problemas y los hábitos no son ya suficientes.

3.—El funcionalismo se interesa por la mente dentro del cuerpo, y por eso estudia el sustrato fisiológico de los acontecimientos mentales. El

dualismo que esto supone es puramente práctico y no implica que se tome una posición especial con respecto al problema de la mente y el cuerpo.

Lo que ante todo pedía el funcionalista, era la libertad para estudiar muchos tipos de contingencias, a fin de encontrar QUE depende de QUE, si se depende de la edad, de la pertenencia a una especie, de la práctica previa o de aceptar las instrucciones de un experimentador.

Por otro lado, en virtud de que la palabra "función" ha tendido a identificarse cada vez más con el empleo que se le dá en matemáticas, —como en la expresión y = f (x), ("y es función de x")—, el investigador funcionalista halla en este tipo de expresión una cierta neutralidad que le es atractiva. Por ejemplo el coeficiente de correlación, que expresa la existencia de una relación sin exigir de nadie la pretención de explicar dicha relación. Si esto lleva a determinada explicación, no es necesario que haya de por medio ninguna concepción teleológica. "Esto no implica, como dice Voltaire, que Dios debe haber dado al hombre una nariz para que éste tuviese en donde apoyar sus anteojos. Qué clase de nariz apoya los anteojos mejor que otra, o qué tipo de anteojos encaja en más tipos de nariz, eso es todo lo que al funcionalista le interesa averiguar"[5].

Si bien éste enfoque trajo optimismo a algunos estudiosos norteamericanos sobre comunicación, a otros no les parece aún satisfactorio. Melvin De Fleur considera "irremediablemente unilaterales" a las teorías sobre comunicación de masas elaboradas con este método, porque según él no ofrecen "proposiciones adecuadas acerca de la influencia que ejercen sociedades de determinadas características sobre sus medios en desarrollo y sobre la manera en que actúan los medios dentro de sistemas sociales particulares", y expresa, al referirse a estos análisis desde el funcionalismo, que "el interés que sucita actualmente el estudio de los fenómenos en el marco de los sistemas sociales en que se producen, ha conducido a actualizar en cierto modo las estrategias teóricas del pasado. El anticuado léxico organicista ha sido sustituído por una terminología más compleja, pero subsisten muchas analogías entre los análisis sociológicos de esa época y los que se realizan en el presente"[6].

3.—Estructuralismo y Semiología

Paralelamente a las investigaciónes sobre los efectos de los medios de comunicación, pero por un camino totalmente distinto, los lingüistas reto-

maron las formulaciones sobre una teoría general del lenguaje propuesta por Ferdinand de Saussure (Curso de Lingüística General), cuya difusión se debió a la aplicación que tuvo en ciencias como la antropología y la sociología, dando validez al Estructuralismo como método de análisis.

De entonces a la fecha, el Estructuralismo en Lingüística ha hecho avanzar a la Semiología, definida ya por Saussure como "la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social" y a las investigaciones sobre los medios de difusión, cuya importancia iba siendo para entonces cada vez mayor ya no solo en Estados Unidos sino también en otras latitudes.

Ciencia de la Comunicación y Semiología responden a la misma realidad solo que, como afirma Eliseo Verón, representan dos tradiciones, pues "el término Semiología está vinculado más bien a la tradición europea, muy estrechamente asociada a los estudios de lingüística estructural e inclinada a la investigación de sistemas de signos *per se*: es decir, concentrada en la sintáctica (estudio de las relaciones de los signos con lo que significan) de esos sistemas, sin muchas referencias a la pragmática, es decir, a los procesos concretos de utilización de los mismos por parte de los usuarios. El término 'Human Comunication' o simplemente 'Comunication' es, en cambio, una expresión que agrupa investigaciones orientadas al estudio de los procesos de interacción interpersonal vistos desde la perspectiva de la comunicación, sobre todo en los Estados Unidos, donde se utiliza con frecuencia el término 'semiótico', de acuerdo con la tradición anglosajona"[7].

Siendo el lenguaje el medio más adecuado y primario de comunicación, el estructuralismo debió haber sido considerado como un punto de partida indispensable para las primeras investigaciones sobre el fenómeno social de la comunicación. Sin embargo, los objetivos que perseguían esas investigaciones no coincidían con la orientación teórica y metodológica del estructuralismo. Evidentemente, la cosmovisión de los investigadores sobre los efectos de los medios (funcionalistas), seguía siendo un serio obstáculo para que los aportes de la lingüística estructural, primero, y el estructuralismo como método de análisis, después, se incorporaran plenamente al cuerpo teórico, conceptual y metodológico del estudio de la comunicación.

Puestas de manifiesto las estructuras subyacentes en las distintas categorías de mensajes, los investigadores de ésta escuela califican de fundamental la contribución de la Semiología en el orden de la elaboración de

una teoría de la comunicación por "el hecho de habernos permitido descubrir en su totalidad el entramado de los elementos que entran a formar parte del proceso comunicativo"[8].

Los elementos aludidos por los estructuralistas son:

a. — La Fuente (organismo emisor) y sus intenciones.
b. — El Comunicante (autor o realizador del mensaje).
c. — Los Códigos (del mensaje).
d. — El proceso que Codifica (puesta en código del mensaje).
e. — El Canal de Transmisión del mensaje.
f. — El Receptor.
g. — Los Códigos (del receptor).
h. — El Contexto en que recibe el mensaje.
i. — La Decodificación del mensaje.

4. — La Ciencia Social como un Producto Histórico

El desarrollo de la ciencia como realidad autónoma, es decir, regida por sus propias leyes, forma parte del sistema que la genera y es, por tanto, un producto social circunstanciado.

"En la elección de la materia que ha de ser investigada científicamente, en la orientación que ha de seguir la ciencia en su desarrollo y los temas que ha de tratar, en el carácter que ha de tener la utilización de sus logros, influyen notablemente numerosos hechos sociales: las necesidades de la producción de bienes materiales, la práctica política-social, la estructura económica de la sociedad, el carácter reinante de la concepción del mundo, las distintas formas de conciencia social, el nivel de desarrollo de la producción, la técnica, la cultura espiritual, la instrucción y también la lógica interna del propio conocimiento científico"[10].

La ciencia social ha de analizar los hechos tomando como punto de partida a la sociedad como un todo dinámico. El análisis de un hecho no se agota en los resultados particulares y aislados del mismo, sino que ha de confrontarse con la totalidad y a ésta sólo se puede llegar si se acepta que los hechos o fenómenos están sujetos a cambios permanentes y que se producen en un espacio y en un tiempo determinado; están definidos, pues, por su carácter cambiante e histórico. "La totalidad del objeto no puede ponerse más que cuando el sujeto que lo pone es EL mismo una totalidad

y, por lo tanto, para pensarse a sí mismo se ve obligado a pensar el objeto también como totalidad"[11]

Desde el punto de vista del método de investigación la actividad analítica queda trunca, si se deja de lado una visión totalizadora que permita alcanzar un grado confiable de racionalidad y objetividad. Por esta razón, el surgimiento de la línea crítica de la investigación sociológica inicia su quehacer a partir del carácter pragmático y utilitario de la sociología estadounidense, que conduce a ésta nó hacia la objetividad científica sino a un cientificismo cuyo objetivo fundamental es mantener el equilibrio y la armonía, mediante la suavización de las tensiones y de los conflictos entre los distintos grupos sociales. Se trata, plantean los críticos, de una sociología práctica que al dejar de lado "toda investigación global que puede abarcar el conjunto de las leyes sociales, todo estudio de la interacción y la interinfluencia de los diversos sectores de la vida social"[12], está incapacitada para dar respuestas objetivas y totalizadoras. "La falta de cientificidad de este método aparentemente tan científico consiste, pues, en que ignora y descuida el caracter histórico de los hechos que subyacen"[13].

Así entendido, el llamado conocimiento científico de los fenómenos sociales no puede estar desprovisto de una gran dosis de IDEOLOGIA, especialmente de aquella que hace de todo producto social una MERCANCIA, dentro de la lógica de la ganancia, y que beneficia en primer lugar a los grupos que financían el desarrollo de la ciencia como impulsora del ciclo de circulación del capital y del logro de la aceptación del sistema (consenso) por parte de las grandes masas.

Desde este punto de vista, la línea crítica de investigación no acepta que la ciencia sea neutra y que tenga un desarrollo vertical, puesto que está ligada al interés de los grupos propietarios de los medios para producirla. El hecho de convertir a la ciencia en una propiedad privada, marca a ésta con ciertas características que, a su vez, están determinadas por las motivaciones del financiador y los métodos y técnicas empleados por el investigador en el abordaje de un fenómeno. El quehacer de investigación científica y la ciencia misma adquieren entonces las características dominantes del entorno social donde "cada científico es hijo de su época y son las necesidades de la misma las que, en definitiva, determinan el carácter de su trabajo"[14].

La así llamada Ciencia de la Comunicación surgida en los Estados

Unidos, perteneciente al más amplio contexto de las llamadas ciencias del comportamiento social, aparece marcada con esos criterios de neutralidad valorativa y objetividad tanto desde el punto de vista teórico como en la práctica misma comunicativa.

Ciertamente la sociología norteamericana de la comunicación, en el estudio de los efectos de los medios colectivos y en el análisis funcionalista ha ido refinándose. Sin embargo, esas actualizaciones periódicas no son fortuitas, sino que se presentan como respuestas naturales a las condiciones cambiantes del sistema en su conjunto, caracterizado por su compulsión al progreso técnico y a la cada vez mayor privatización de la economía. Estos dos elementos de sustentación del sistema fueron motivos más que suficientes para asegurar, por una parte, el control de los medios de comunicación y, por otra, para intensificar las investigaciones sobre comunicación.

5.—La práctica comunicativa en América Latina.

5.1.—Antecedentes Socioeconómicos:

La revolución industrial de finales del siglo XIX tuvo repercusiones diferentes en los pueblos que aún permanecían como colonias y en aquellos que recién habían logrado su independencia. Con ese proceso, las naciones de Europa occidental consolidaron su industrialización gracias a un previo desarrollo bancario, financiero y manufacturero que les había permitido la acumulación de capital y en el que tuvieron mucho que ver los productos latinoamericanos llegados a Europa durante los tres siglos anteriores.

A medida que se diseñaban las economías industriales, las jóvenes naciones de América Latina mostraron su incapacidad para encarar la nueva situación en virtud de la desorganización política y administrativa prevaleciente en sus regiones, a lo que se añadía la carencia de un proyecto común que les permitiera encontrar el camino para un desarrollo con características propias que asumiera, al mismo tiempo que los nuevos elementos de industrialización, las formas de producción vigentes en ellas.

De éste modo, con la industrialización apareció también la división internacional del trabajo por la que América Latina se incorporó a la economía capitalista con las funciones específicas de ser región productora y exportadora de bienes primarios (agrícolas, mineros y materias primas), mismos que intercambiaba con las manufacturas de los países industriali-

zados de Europa. Es a partir de entonces "que se configura la DEPENDENCIA, entendida como una relación de subordinación entre naciones formalmente independientes, en cuyo marco las relaciones de producción de las naciones subordinadas son modificadas para asegurar la reproducción ampliada de dicha dependencia"[15].

El aparato productivo de los países latinoamericanos al no contar con un sólido mercado interno, no se asentaba sobre las bases del consumo popular sino en la exportación, por lo que fácilmente es absorvido por el naciente monopolio trasnacional. La empresa monopolista, con su producción masiva y sus costos cada vez menores, estaba en mejor posición que la empresa competitiva para traspasar las fronteras nacionales, impulsar las fuentes exteriores e invertir en otros países para colocar ahí sus inversiones. Esta política de expansión vá aplicándose gradualmente en los países dependientes y en concreto en América Latina, a través de la exportación de capitales, bajo la forma de tecnología que permite modernizar el aparato productivo de estos países y de crédito a los gobiernos de los mismos, hasta que las grandes corporaciones se establecen en estos mediante la instalación de empresas subsidiarias cuyas matrices se encuentran en alguno de los centros metropolitanos.

Más tarde, al final de la Segunda Guerra Mundial, se presentan en el mundo nuevas y profundas modificaciones geopolíticas y económicas; los países colonialistas debieron aceptar la descolonización y la formación de nuevas nacionalidades, hecho, por lo demás, sin mayor relevancia para la empresa trasnacional, pues de la dependencia colonial que implicaba una relación jurídica se pasaba al NEOCOLONIALISMO, entendido éste como "el conjunto de medios que emplean las antigüas y nuevas metrópolis para seguir dominando a los países jurídicamente descolonizados"[16].

Si bien es cierto que desde principios de siglo la economía norteamericana venía ejerciendo una influencia decisiva sobre las economías latinoamericanas, fue la participación en el conflicto bélico lo que prestigió a Estados Unidos ante "el mundo libre", dejando sentir su influencia en las decisiones políticas de los países aliados y beneficiándose de la nueva redivisión mundial de las áreas dominadas. El mundo libre estará constituído en adelante por aquellos países que habían luchado al lado de los Estados Unidos y que permanecerán bajo su influencia económica, política y cultural.

La dependencia económica conlleva una dependencia científica y tecnológica. En América Latina la adopción de directrices en esta materia ha estado condicionada tanto por la interdependencia existente entre los paises industrializados como por el papel determinante de las empresas monopólicas en esta área geográfica. Este proceso se inició con la conquista española que vino a truncar los procesos propios de las grandes civilizaciones americanas para involucrar al continente en la civilización europea occidental. A partir de entonces, "el curso del desarrollo del capitalismo en Latinoamérica pasa desde una formación socioeconómica dependiente colonial-exportadora a una formación dependiente capitalista-exportadora, para finalmente llegar a una formación socioeconómica dependiente capitalista-industrial"[17].

5.2.—Educación, Dominación y Comunicación:

En el marco de la dependencia de los paises de América Latina en relación con los distintos centros hegemónicos a los que han estado sujetos en las diversas etapas de su historia, existe un factor común de dominación de un país por otro que se lleva a cabo a traves de diversos instrumentos materiales que entran en juego en el intercambio desigual de economías. Esta dominación no se detiene en el plano puramente material, sino que se proyecta al terreno que la línea crítica llama dominación cultural, o sea "la transmisión de pautas culturales desde los países desarrollados hacia los países subdesarrollados provocada por las relaciones económicas y ejercida por los países desarrollados con el auxilio de los grupos dominantes locales del país subdesarrollado"[18]. En este sentido, todos los elementos que configuran las características auténticas de una comunidad: lengüaje, tradiciones, costumbres, instituciones, etc. y que se aprenden a través del intercambio y la comunicación entre los individuos estan contenidos en el concepto CULTURA como la concibe la línea crítica.

Dentro de un sistema social determinado, la sociedad política o Estado actúa mediante la coerción (acción de contener, refrenar, sujetar), en tanto que la sociedad civil, u organismos privados, buscará su justificación por el consenso (consentimiento de todos los miembros de una sociedad. Sin embargo ni coerción ni consenso son realidades absolutas que pueden aplicarse indefinidamente por separado y de ahí la necesidad de colaboración entre una y otra y la alternancia con que deben emplearse. "El ejercicio normal de la hegemonía en el terreno devenido clásico del régimen parlamentario se caracteriza por la combinación de la fuerza y el consenso

que se equilibra en formas variadas, sin que la fuerza rebase demasiado al consenso, o mejor tratando de obtener que la fuerza aparezca apoyada sobre el consenso de la mayoría que se expresa a través de los órganos de la opinión pública —periódicos y asociaciones— los cuales, con este fin, son multiplicados artificialmente"[19].

Lo que la línea crítica llama dominación, se lleva a cabo mediante la explotación de un conjunto de mitos y entereotipos que cubren la actividad global de los hombres y que pueden tener su orígen en el mismo pueblo dependiente o que pueden provenir del exterior. La propagación de estos elementos se logra a través de la fracción cultural de la estructura ideológica: familia, iglesia, organización escolar y, ahora, los medios de comunicación".

Por dispares que parezcan la escuela y los medios de difusión, existe entre ambos, para las fuerzas dominantes, una estrecha vinculación. Más ahora en que los medios son utilizados para suplir las funciones que la escuela como institución no puede cumplir. De ahí el interés transnacional por incrementar, a través de modernos proyectos, la educación vía satélite. Quedan así transpasados los terrenos de la cultura del ocio a través de los mensajes masivos para adentrarlos en el campo de la educación formal e informal, por medio de programas para los países dependientes.

"Las nuevas tecnologías permiten al empresario quebrar el cerco de la cultura del ocio o de la llamada industria ligera cultural para inmiscuírse en el campo de la educación formal que hasta ahora estaba reservado a los centros de enseñanza. Los satélites, los videocassettes y la televisión por cable transmitirán no sólo las series comerciales o películas de ficción de la 'cultura masiva', sino programas educacionales masivos para niños, trabajadores o universitarios"[20].

5.3.—Producción Comunicacional Latinoamericana

Hasta fechas recientes la corriente teórica predominante en el estudio de la comunicación en América Latina ha sido el funcionalismo. El estructuralismo en sus distintas versiones y la postura de la corriente crítica vinieron después y recién empiezan a ocupar ciertos espacios académicos en los sitios donde éstos se han abierto.

Un evento clave en el desarrollo de los estudios de comunicación en

América Latina fue la fundación en Quito, Ecuador, del Centro Internacional de Estudios de Periodismo para América Latina (CIESPAL). Las escuelas de periodismo y de comunicación recibieron con ello un nuevo impulso, ya que a través de cursos, seminarios, congresos, producción bibliográfica, conferencias, folletos, intercambio de profesores y otros medios, el CIESPAL realiza una intensa labor de coordinación entre las instituciones latinoamericanas dedicadas al estudio de la comunicación. Los planes y programas de estudio, los métodos y técnicas en la enseñanza y en la investigación y la bibliografía en ésta materia han sido diseñados en CIESPAL y recomendados a las universidades de la región.

Así mismo, a iniciativa del Centro se han realizado reuniones en varias ciudades de América Latina con el fin de armonizar los criterios académicos y pedagógicos de las escuelas de periodismo y comunicación, de tal modo que en las conclusiones de dichos encuentros se recogiese el pensamiento latinoamericano sobre la función social del periodista y las metas por alcanzar en cuanto a su papel como integrador de las comunidades nacionales e internacionales. Un ejemplo de los resultados de esas reuniones fue la propuesta de un plan-tipo a las instituciones de enseñanza de comunicación del continente. En dicho plan se presentaban "variaciones sustanciales a la concepción tradicional de la enseñanza de periodismo, haciendo hicapié en la necesidad de formación científica, técnica y humanística de los futuros profesionales, a través de un plan de estudios polivalente que reponde a los requerimientos de la sociedad actual"[21].

De este modo, las características de la formación profesional del comunicador latinoamericano quedaron determinadas de manera tal que "pudieran satisfacer las demandas del sistema de producción de contenidos culturales qué, naturalmente, corrió de modo paralelo con las demandas del sistema productivo de la sociedad en general"[22]. Paradójicamente, el método cuantitativo aparece, con todas sus variantes, en la inmensa mayoría de los planes de estudio de las escuelas y facultades sobre la materia. El predominio del esquema de Lasswell en las aulas universitarias es evidente, quedando palpable la ausencia de alternativas para analizar desde perspectivas críticas el fenómeno comunicacional.

"Las escuelas de periodismo, por lo tanto, procuraron formar profesionales para que el sistema mantuviera su vigor y se desarrollara. Es facilmente explicable su actitud, porque no podrían por sí solas superar una situación que, en la mayor parte de los países, no a sido vencida por la Uni-

versidad misma. Se mantiene esa simbiosis entre una sociedad que genera demanda de profesionales para el reforzamiento del sistema productivo y una universidad que dirige sus esfuerzos hacia esas mismas metas a pesar de que a veces es beligerante en sus planteamientos contra el sistema"[23].

En este estado de cosas, en fechas más recientes un número cada vez mayor de docentes, investigadores y analistas sociales han empezado, en los distintos países del área, a estudiar e investigar el fenomeno de la comunicación masiva y sus implicaciones en la teoría y la práctica desde perspectivas diferentes a las del CIESPAL, esto es, desde el estructuralismo y desde la corriente crítica.

Estos autores latinoamericanos han abordado la comunicación considerándola como un fenómeno social cuyo estudio ha de ubicarse en el contexto histórico-político, es decir, en las condiciones concretas en las que se genera y en las que se desarrolla. Para estos científicos sociales, el análisis del fenómeno comunicativo parte de la urgencia de desentrañar los mecanismos de dominación trasnacional y de formular propuestas ALTERNATIVAS con las que, por una parte, los países de América Latina puedan diseñar y aplicar sus propias políticas de comunicación y, por otra, enriquecer a las Ciencias de la Comunicación desde el punto de vista teórico, conceptual y metodológico.

Los principales postulados de ésta línea de estudio e investigación en comunicación son los siguientes:

a). — La comunicación es un fenómeno social que debe ubicarse, para su estudio, en las condiciones histórico-sociales en las que se produce y se desarrolla.

b). — Dar énfasis en las características comunes y específicas de las diferentes formaciones sociales de América Latina, esto es, en las relaciones de producción de capitalismo dependiente.

c). — Realizar aportaciones teóricas y metodológicas a la Ciencia de la Comunicación en un esfuerzo por vincularla con el todo social, superando el carácter empírico que ha privado en las investigaciones que se han realizado en la región.

6.—Investigación-Acción: La Comunicación Alternativa.

6.1.—Consideraciones Preliminares:

Hemos visto que las investigaciones acerca de los efectos de los medios de comunicación colectiva no son en manera alguna concluyentes: en la mayoría de los casos, la relación causal entre mensaje y comportamiento no ha sido científicamente comprobada, pues se han dejado fuera de la "investigación" multitud de variables muy significativas, eminentemente sociohistóricas.

Por otro lado, hemos ratificado el empuje del analisis crítico en el estudio de la comunicación en América Latina en virtud de la necesidad actual de nuestros países de encontrar las vías posibles para conformar nuevos modelos de sociedad. La práctica comunicativo-informativa constituye, en este sentido, algo más que un mero fenómeno superestructural: es la expresión de un modo de producción, del carácter mismo de la sociedad global.

A lo largo de la historia, siempre las élites han usufructuado el monopolio de la palabra escrita, a lo que hoy agregan el de la voz y la imagen a escala de ciencia-ficción. Ahora bien, respecto a la eficacia real de los medios masivos como instrumentos de dominación se han escrito muchos libros y artículos en los últimos veinte años; la mayoría de tales trabajos se inscriben en una ideología que podríamos llamar "mecanicista-catastrofista", puesto que en el fondo sus autores son prisioneros de la vieja teoría de estímulo-respuesta, extrapolación conductista de la teoría cibernética de la información a las relaciones sociales.

La cibernética, definida como "la ciencia del control y la comunicación en el animal y en la máquina", tiene un campo de acción más amplio aún que la ciencia de la comunicación social, y por los aspectos pragmáticos que implica, control y regulación, ha recibido mayor atención para su desarrollo. "La novedad de la cibernética estriba precisamente en que es una ciencia interdisciplinaria que usa teorías y conceptos tomados de las matemáticas, la física, la ingeniería y la fisiología para aplicarlos a problemas ajenos a estas disciplinas. Estos problemas parecen a primera vista heterogéneos, pero su estudio revela que estan estrechamente relacionados los unos con los otros. Consideremos la RETROALIMENTACION: el término fue creado por los ingenieros para aplicarlo a distintos circuitos

eléctricos. La cibernética lo generaliza, haciéndolo extensible a numerosos sistemas fisiológicos. La teoría general de la retroalimentación se vuelve así importante, no solo para la elaboración de circuitos, sino también para el estudio de fenómenos fisiológicos que son, a su vez, a primera vista heterogéneos, tales como los equilibrios dinámicos homeostáticos y el control de los movimientos llamados voluntarios. Caben consideraciones semejantes con respecto a la teoría de la INFORMACION. Esta teoría debe ser aplicable no sólo a la comunicación que ocurre de máquina a máquina, sino también a la que incluye seres humanos y máquinas y a la interhumana directa"[24].

La nueva tecnología generada de estos principios ha contribuído en la realidad a la universalización del sistema de comunicación, convirtiéndola en una industria que penetra en todos los sectores de la producción, asumiendo cada vez más funciones directivas y de control hasta llegar a determinar el standard de la tecnología prevaleciente. De esta forma, en el ámbito de la difusión masiva, la información concebida como mercancía hace aparecer al mundo nuevamente dividido, ahora en naciones bien informadas (data rich) y subinformadas (data poor).

Los medios de difusión son poderosos, pero no son omnipotentes: el hecho real es que su monopolio permite producir, reproducir, administrar y vehiculizar el discurso de los grupos dominantes en dimensiones desconocidas hasta ahora; y en tal sentido los medios de difusión, su estructura de propiedad, el control que sobre ellos se ejerce, su lengüaje etc. constituyen en cierto modo "el símbolo del silencio": el silencio de las mayorías marginadas. De ahí, precisamente, la atención que ha suscitado en muchos estudiosos un fenómeno que desde hace algunos años se ha venido extendiendo a lo largo de América Latina: la proliferación de estudios e investigaciones, así como de medios de comunicación e información que proponen el propiciar situaciones y condiciones que permitan la manifestación y el desarrollo de formas alternativas de comunicación que no se encuentren inmersas en el circuito de los poderes dominantes, promoviendo la tarea de incorporar esas formas a la vida cotidiana de los grupos sociales mayoritarios, mediante la práctica comunicativa participatoria, dialógica y horizontal.

6.2.—Lo Alternativo como modelo ético-político.

El concepto de "alternativo", en el campo de la comunicación social,

corresponde a un "modelo ético-político, donde los actores sociales se implican horizontalmente en sus participaciones en sus intercambios de signos"[25]. Este modelo surge en oposición al modelo imperante, cuya función es la de manipular la conciencia masiva negando toda participación de los sectores mayoritarios en la vida social y política de la sociedad. Las formas concretas y estratégicas que se instrumentan, están situadas en el terreno de la lucha ideológica, hecho que implica la consideración de que una práctica alternativa no puede estar desligada de una visión política que oriente el trabajo hacia líneas de investigación-acción, y que tenga lugar a partir de una dimensión que involucre como totalidad la teoría y la acción.

Dentro de esta concepción el papel de la palabra adquiere una posición particular, en la medida en que las actividades comunicativas se encuentran interconectadas a todo lo largo de la experiencia humana: experiencia que no puede ser silenciosa, ni tampoco encubrirse con palabras falsas, sino con palabras verdaderas que nos lleven al conocimiento, también verdadero, con las cuales se puede llegar a la transformación de lo vigente. Las formas de participación conciben nuevas formas de vida política, en las que se reflejan las necesidades y realidades de los sectores populares: formas antagónicas a aquellas que tienden a aculturar, masificar, someter y restringir el derecho expresivo y el desarrollo de una conciencia crítica y transformadora.

En este contexto político de organización de los sectores populares, se puede dar realmente un diálogo político, no ya entendido como un monólogo de los sectores dominantes asimilado por los dominados, sino como acción transformadora de la realidad marginada de las clases populares que se inicia con un proceso de concientización, concibiendo a ésta como el cambio de la dinámica de la misma conciencia que deja de ser rígida y dogmática para adecuarse a los movimientos de los procesos sociales a través de una acción siempre actual. Esto quiere decir, por tanto, que el desarrollo de procesos alternativos se debe hacer con base a una visión globalizante de la realidad estructural de la localidad, de la región, del país y del mundo, a través de experiencias nuevas de organización dialógica y participante.

Lo alternativo en el campo de la comunicación social, corresponde a una dinámica de participación democrática sustentada en la idea de aprender-construyendo y construir-aprendiendo: un intento de creación

dialogada, donde los propósitos comunicativos apuntan a objetivos de cambio estructural de la sociedad, conjuntamente con la existencia de una participación colectiva en la creación y gestión de mensajes. Por esto, la comunicación alternativa surge como un concepto de horizonte más amplio, que aglutina las aportaciones de las experiencias generadas en propuestas marginales.

Entonces, para que la comunicación alternativa exista como tal debe tener dos elementos: En primer lugar, una praxis social, donde lo alternativo se alimente, se refuerce, se justifique y se ratifique en un proceso de dinámica social en el cual amplios sectores de la población postulen objetivos y plataformas de acción. El segundo elemento, está constituído por el carácter contestatario del mensaje y el instrumento creado. Lo alternativo se edifica en la elaboración práctica e ideológica de una posición de ruptura frente al modelo de desarrollo que refuerza dinámicas impositivas (verticales) de relación entre emisor y receptor.

6.3.—Lo alternativo en la cuestion epistemológica.

La riqueza del objeto de estudio de la comunicación y su complejidad como fenómeno social, los avances tecnológicos en esta materia y la misma difusión de los conocimientos de que se dispone, son elementos que se deben tener en cuenta para profundizar en su estudio e investigación.

Conviene señalar que en tanto no se precise el instrumental teórico, metodológico y conceptual de lo que hasta hoy se ha dado en llamar ciencia de la comunicación y en tanto el conocimiento del fenómeno comunicativo no sea el resultado de su estudio integral, difícilmente podrá justificarse su carácter científico. Esto plantea la necesidad de rastrear en los fundamentos epistemológicos de la ciencia comunicacional desde una teoría científica de la historia que dé cuenta del orígen, desarrollo y destino del conocimiento como producto social.

Lo alternativo en la cuestión epistemológica, más allá de contemplar lo analítico e instrumental de la aproximación a un objeto de estudio, tiene también que ver con opciones políticas. Es prioritario, por tanto, determinar la relación existente entre el ser cognoscente y el objeto por conocer, es decir, determinar el tipo de relación que debe existir entre el sujeto investigador y el objeto por investigar.

En primer lugar, la realidad objetiva está conformada por una serie de procesos cuya dinámica está dada a partir de sus contradicciones internas, tal y como sostiene el materialismo histórico. Por lo tanto, la concepción de ésta realidad en movimiento no puede ser algo terminado y absoluto, sino algo relativo y dependiente dinámico. Esto implica también concebir a la conciencia como una forma material, ya que en la medida en que ésta se inserta en un proceso dinámico de conocimiento que capta la realidad, se constituye también como real, material, y por lo tanto, dinámica y activa. Dentro de este proceso, el enfrentamiento de las relaciones que conforman la esencia de los discursos requiere de una confrontación entre la teoría y la práctica, de tal manera que el conocimiento, iniciado en una actividad material, culmine en una concreción pensada y formuladora de un juicio que refleje las relaciones objetivas que orientan a una acción del sujeto sobre una nueva relación que valide este conocimiento.

A partir de esta relación, los teóricos de la comunicación alternativa[26] proponen cuatro instancias de aproximación del sujeto cognoscente al objeto social por conocer:

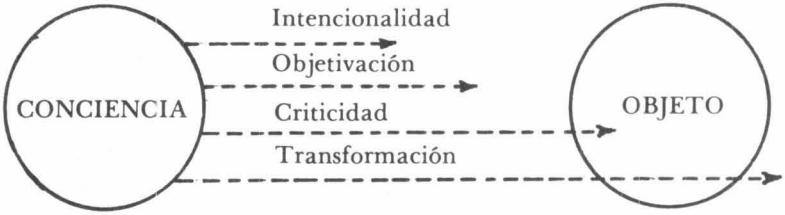
a). — Intencionalidad: Momento en que se inicia la búsqueda en su aproximación al objeto de estudio.

b). — Objetivación: Momento en que el sujeto percibe la "cosa en sí" como objeto de conocimiento.

c). — Criticidad: Momento en que el sujeto no solamente objetiva, sino que también comienza a penetrar más allá de las apariencias del objeto, de su periferia, para ir descubriendo sus componentes internos, las relaciones que existen entre estos componentes y que contribuyen a "la esencia de las cosas". Además aprende las leyes que rigen la existencia del objeto, las contradicciones que determinan su movimiento, así como los factores externos que actúan en el objeto. La criticidad implica una superación de la nueva apariencia fenoménica y alcanza ya el conocimiento de la esencia.

d). — Transformación: Momento en que el sujeto cognoscente alcanza a trascender horizontalmente al objeto. Se trata de la captación del movimiento interno del objeto resultante de sus contradicciones: las leyes tendenciales que rigen el desarrollo del objeto. Esto puede, en consecuencia, proyectar una acción sobre el objeto, una acción de transformación del mismo, que sigue y utiliza la misma dinámica del objeto.

ESQUEMA DE LAS CUATRO INSTANCIAS
DEL SUJETO COGNOSCENTE



A partir de estos postulados, es posible inferir que la transformación de la realidad, para ser viable, supone tomar en consideración las leyes objetivas que rigen su desarrollo. La sociedad concreta, como objeto social de estudio, debe ser entendida en las relaciones que los hombres traban entre sí y con la naturaleza, mediante un proceso productivo que tiende a satisfacer sus necesidades a través del trabajo con la intermediación de instrumentos. Toda vida social gira alrededor de un proceso productivo y, por consecuencia, la ubicación de los individuos en el juego de las relaciones de producción determina cómo está organizada dicha sociedad.

Ahora bien, para que esta organización sea congruente con un desarrollo lógico, es necesario un intercambio simbólico que cristalice las pautas cognoscitivas e ideológicas de los sujetos; es decir, es necesario el desarrollo de un proceso de comunicación, entendido éste nó como la búsqueda de las causas últimas de la conducta social, sino como parte integrante de un proceso históricamente determinado y sobre el cual inciden directamente las contradicciones de la sociedad. Desde ésta perspectiva se superan los niveles simplemente descriptivos del problema para alcanzar finalmente una perspectiva macrosocial que especifique leyes generales que determinen la operación a realizar en casos particulares.

En este entendido, es que la comunicación alternativa propone a implementación de microsistemas comunicacionales que permitan como primera medida el conocimiento de las microrealidades, para ser transformadas en un proyecto de cambios estructurales en la sociedad, y nó como propone la metodología funcionalista en su directriz de reproducir los mecanismos de restricción al derecho expresivo y al desarrollo de una conciencia crítica y productiva.

6.4.—Algunos Fundamentos Metodológicos para la Comunicación Alternativa.

De las líneas de investigación estudiadas en Comunicación Alternativa, las que parecen más avocables como fundamentos metodológicos para la investigación-acción son las siguientes:

i).—El establecimiento de la relación de los medios tradicionales de comunicación con el objetivo básico de la comunicación participativa, así como con la organización política de los grupos marginados con miras a la expansión de éste proceso a las comunidades en que viven para encontrar en ellas un apoyo para la acción.

ii).—A partir del anterior punto estudiar, de un lado, la relación existente entre los códigos de léxico y sintaxis de los sectores populares con la posibilidad de su acceso a la comunicación participativa, y de otro, la influencia que la modificación de dichos códigos pueda tener sobre éste proceso de comunicación.

iii).—Identificación de las orientaciones pedagógicas que mejor se encuadren con la característica MODERADORA de la comunicación participativa. Esto podrá confrontarse con la praxis pedagógica utilizada por los diversos tipos de intervención educativa en los sectores populares, permitiendo desenmascarar aquellas que, a pesar de su apariencia dialogal, encierran pedagogías de transmisión, masificación o condicionamiento mental.

Las ventajas de estos lineamientos, que convierten a la población en sujeto investigador de su realidad, son permitir trabajar en "voz viva" de la población, inducida al cuestionamiento de sus propias condiciones de existencia como base efectiva de su concientización, organización y acción colectiva. Asimismo, la línea de investigación participativa desarrolla la capacidad de análisis de la población en el marco del rechazo a las caracterizaciones académicas y cuantitativas de los centros de investigación tradicionales.

Como respuesta a los requerimientos expresados, en necesidades subyacentes de los miembros de los grupos de comunicación participativa, los proyectos de investigación-acción reunirán los siguientes condicionantes:

a).—El proyecto debe tener un valor de uso para los interlocutores:

Las prácticas comunicativas conllevan procesos sociales de significación que constituyen una instancia del proceso de producción ideológica, en el que intervienen los AGENTES SOCIALES como sujetos productores. Estos participan en el proceso de distribución de significantes cuyo valor se establece en función de su valor de uso[27]. De aquí la importancia de que el proceso de comunicación participativa permita operativizar la comprensión de la realidad en acciones que contribuyan al desarrollo del conocimiento entre los interlocutores y hacia la realización de acciones transformadoras en función de los intereses y satisfacción de necesidades sociopolíticas de la población.

b). — El proyecto debe integrarse sin agresión a las pautas culturales de la comunidad:

Debido a que la comunicación participativa se plantea como un proceso que se realiza a partir de las necesidades de las mayorías sociales, es importante tomar en cuenta la visión del mundo que tiene el grupo para no imponer conceptos que estarían lejanos a ella. Las dificultades por superar incluyen "el nivel semántico en lo referente a denotación y connotación (lo que se detecta y lo que se interpreta) de los términos: el nivel sintáctico, en lo que se refiere al modo de combinar signos en el lengüaje; y el nivel valorativo, en el sentido de que los valores internalizados por ambos grupos (comunicadores y población) son distintos"[28].

c). — El proyecto debe planificarse dentro de un espacio político disponible:

Dada la presente evolución de los enormes mecanismos de adaptación del sistema dominante, cabe preveer el aprovechamiento que éste haga de la comunicación participativa para asimilar a las clases populares en el modelo prevalente de desarrollo y reducir las fuentes de conflicto social. Por ello, y para llenar todo espacio de conflicto, el apoyo externo al grupo participante debe servir sólo para el despegue del proceso y no como generador de otra dependencia (a nivel micro) económica, tecnológica o cultural.

d). — Concebir la educación como una dinámica de autopromoción:

En su concepción pedagógica, la metodología de un trabajo de comunicación participativa debe, como un proceso de intercambio de saberes,

promover un ambiente dinámico que permita la autogestión de los participantes.

Comunicación Alternativa
y Cambio Social: América Latina

COMUNICACION ALTERNATIVA Y CAMBIO SOCIAL: AMERICA LATINA

(R E S U M E N)

I. — Advertencia:

La importancia de la primera edición del libro "Comunicación Alternativa y Cambio Social" radica en su constitución como un cuerpo orgánico de textos que hace posible una visión de conjunto del fenómeno alternativo de la comunicación en Latinoamérica.

Se trata de un conjunto de textos que configuran posiciones diferentes y contrapuestas, explicitadas tanto en los enfoques teóricos como en los casos elegidos para ejemplificar lo que cada autor entiende por comunicación alternativa.

Como un primer corolario a nuestra compilación sobre Enseñanza de la Comunicación, el presente resumen se limita a la consignación de la sinopsis de cada trabajo, así como al señalamiento de los conceptos más relevantes generados de cada una de las experiencias teórico-prácticas. No es recomendable el que hubiésemos montado la compilación de éste libro en la forma realizada anteriormente, ya que la especificidad de cada trabajo requiere su lectura exhaustiva y la consulta de varios textos incluídos, en su mayoría, en la bibliografía general de la compilación.

Antes de enunciar el listado sinóptico y conceptual de los temas de "Comunicación Alternativa. . .", es conveniente adelantar las líneas de análisis tratadas por los diversos autores del texto:

A. — El carácter trasnacional del monopolio informativo como factor determinante de la dependencia latinoamericana en materia de comunicación.

B. — Las condiciones reales que hacen posible la instrumentación de opciones ante el fenómeno.

C. — La capacidad del sistema para "recuperar" las propias experiencias alternativas.

D. — El papel del Estado.

E. — La "otra" comunicación.

F. — La decodificación grupal, popular, de los mensajes dominantes como fase sustancial de la práctica alternativa.

G. — El relato de experiencia vinculadas con las posibilidades de autogeneración de mensajes y su significado específico cuando emanan de sectores sociales que han internalizado el discurso autoritario de las clases privilegiadas.

H. — La condición frecuente marginal de los medios alternativos.

I. — La viabilidad de articulación de los medios alternativos con los medios masivos dominantes a través de políticas nacionales de comunicación.

II. — Planteamientos teóricos:

1. — "Apuntes sobre Comunicación Alternativa".
J.M. Aguirre y colaboradores. Caracas, Venezuela.

La definición de lo alternativo. Diseminación de la investigación sobre el tema. Las prácticas de documentación de las clases populares. Generación de fuentes, mensajes y líneas de trabajo informativo-comunicacional, a través de la creación de centros alternativos de comunicación popular.

2. — "Sobre la Contrainformación y los así llamados medios alternativos" Armando Cassigoli. UNAM México, D. F.

Impugnación al concepto mismo de "medios alternativos", calificado como una especie de "mito de las izquierdas". Dichos medios no son otra

cosa que simple "ruido" entre el transmisor de los grupos dominantes y el receptor popular. Se les opone el concepto de "Contrainformación", aquella que usa el sistema y le dá vuelta mirándolo desde la perspectiva de las clases mayoritarias. Analiza con un criterio de clase los mensajes oficiales variando el punto de vista, la óptica del análisis y las contradicciones.

3. — "La Utopía de la Comunicación Alternativa en el Aparato Dominante de la Cultura de Masas".
Javier Esteinou Madrid UAM-X México, D. F.

Temas:

i) Medios de difusión, control y poder.
ii) Factores sociales, función cultural y medios de difusión.
iii) Propiedad de los medios y determinación de su función.
iv) Funcionamiento económico de los transmisores.
v) Marco jurídico y subordinación política de los medios.
vi) Cultura de masas y proyecto proletario.
vii) Nicaragüa: el aparato de la cultura somocista y el proyecto de intervención ideológica del FSLN.

4. — "Perspectiva de la Comunicación Alternativa en América Latina".
Diego Portales. ILET México.

Propuesta de superación de la contradicción entre modelo trasnacional y participación popular a través de la articulación de las formas de producción artesanal e industrial. La hegemonía de los medios en virtud de la utilización de la industrialización por los oligopolios en busca de máxima rentabilidad. La alteración del patrón mercantil de desarrollo de la comunicación por un patrón cultural mediante la superación del Estado-autoritario.

5. — "La Comunicación Trasnacional y la Respuesta Alternativa".
Fernando Reyes Matta. Ilet, México.

Posibilidades de acción frente a la estructura trasnacional. Los fenómenos alternativos como participativos por definición. Las agencias trasnacionales y los viejos valores noticiosos. La publicidad como principal fuente de ingresos y orientación de los medios. El impacto de la informáti-

ca en Latinoamérica. Hacia un sistema alternativo latinoamericano de periodismo.

III.—Sinopsis y conclusiones teóricas:

1.—"Comunicación Alternativa: Dimensiones, Límites, Posibilidades". Máximo Simpson Grinberg UNAM México, D. F.

Delimitación del problema y los conceptos de los planteamientos teóricos sobre comunicación alternativa. Las diversas dimensiones de lo alternativo:

Alternativa 1 (no masiva): Control y propiedad colectivos del medio. Participación en elección de temas y elaboración de mensajes. Ambivalencia de papeles emisor-receptor. Redes de distribución fuera de los medios masivos.

Alternativa 2 (no masiva): Propiedad colectiva del medio y principio de participación. Difusión limitada y artesanal en comunidades con eficiencia probada de la comunicación interpersonal.

Alternativa 3 (masiva): a) Propiedad y control del medio en manos de un grupo reducido progresista: caracter antiautoritario de los mensajes. b) No propiedad del medio y control condicionado, por ejemplo la radio independiente o estatal. Mensajes antiautoritarios elaborados por un pequeño grupo democrático.

Alternativa 4 (masiva): Aprovechamiento coyuntural de condiciones sociopolíticas favorables. Propietarios de grandes medios permiten secciones o programas de expresión inconformista. Intrumento crítico del estatu quo.

Alternativa 5 (masiva): Propiedad y control colectivos. Acceso al medio de grandes y diversos sectores sociales. Generación de mensajes de concepción antiautoritaria.

Alternativa 6 (masiva): "El medio es propiedad colectiva de sus trabajadores (cooperativa) y difunde un mensaje antiautoritario, identificado con los intereses de las mayorías sociales, pero no dá acceso a sectores ajenos al medio".

IV.—Conceptualizaciones y experiencias:

1.—"La Comunicación Rural".
Leopoldo Borras, UNAM, México.

Presupuestos teórico-metodológicos para la experiencia comunicativa rural en México: "...el concepto de comunicación social para el desarrollo comunitario no implica paternalismos, ni manipulaciones reformistas, sino organización democrática, independiente, desde dentro y sobre todo crítica, para la transformación de la comunidad, pero a partir de la libre participación de ésta en el conocimiento y la solución de los problemas".

2.—"Venezuela: ¿Política de Comunicación o Comunicación Alternativa?"
Oswaldo Capriles. INICO, Caracas, Venezuela

Principios de acceso-participación con igualdad de intervención de los participantes, permitiendo la reversibilidad de los polos emisión-recepción. Objetivos de la acción alternativa a partir de una política que asegura la participación ciudadana en el manejo de los medios masivos. Polémica respecto a quienes estiman que toda opción alternativa implica colocarse "frente" a tales medios.

3.—"En Busca de Opciones de Comunicación Social".
Gustavo Esteva. México, D. F.

Impacto de la internacionalización del capital sobre los sistemas de comunicación. Medidas del Estado para enfrentar esta situación. Condiciones en que puede crearse una nueva opción de comunicación colectiva sobre iniciativas surgidas de las propias bases de la estructura social. Concepción del Estado mexicano. Experiencia comunicacional en la paraestatal CONASUPO.

4.—"Perú: la Alternativa dentro de la Alternativa".
Juan Gargurevich. Lima, Perú.

Esperanza y frustación de la nacionalización de los medios en Perú: "...nos encontramos con variables complejas debido, por ejemplo, a que la no-posesión de medios de comunicación por parte de empresarios priva-

dos no supone necesariamente que éstos no mantengan el control y especialmente a través de la publicidad". Conversión de los diarios expropiados y transferidos formalmente a organizaciones populares en monopolio informativo del Estado. La "Otra-Alternativa": a) Medios de difusión surgidos como respuesta a la ineficacia de la nacionalización, b) Experiencias de comunicación que escapan al problema central de la propiedad, pero que surgen igualmente ante la incapacidd de los medios para satisfacer demandas de información.

5. — *"Participación: Praxis, Propuesta, Problema: La Experiencia del Cassete-Foro".*
Mario Kaplun. Caracas. Venezuela.

La comunicación participativa como proceso de autogeneración de mensajes: obstáculos socioculturales e ideológicos. El problema de que los grupos populares no aprovechan el medio de autoexpresión puesto en sus manos. Reflexión sobre el discurso de orígen popular. Descripción de las técnicas del cassette como instrumento en la comunicación participativa.

6. — *"Prácticas de Comunicación en la Cultura Popular".*
J. Martin Barbero. Univ. del Valle Cali, Colombia.

Investigación sobre "esa otra forma en que se comunican tanto los grupos como los individuos de las culturas pobres". Puesta de manifiesto de la convivencia en la sociedad latinoamericana de dos economías: la de la abstracción mercantil y la del intercambio simbólico. Descripción y análisis comparativos — desde el punto de vista de la comunicación — de mercados y cementerios populares por un lado. y supermercados y cementerios de las clases acomodadas por el otro. Lo que las prácticas populares muestran es hacia donde deben apuntar las propuestas de una comunicación que se quiera realmente alternativa. Esto es, que no quiera tapar con ruido tecnológico y consignas populistas la miseria comunicativa que paradójicamente la comunicación popular hace visible.

7. — *"Una Experiencia de Comunicación Intermedia en un Proceso Histórico de Democratización".*
Daniel Prieto Castillo. UAM-x México, D. F.

Las organizaciones de base como unidades de decodificación crítica de los mensajes masivos. Influencia real de los medios en determinados

contextos y coyunturas. Desmistificación sobre el poder persuasivo de los medios: "...el discurso dominante no puede agotar nunca la conciencia de los dominados, simplemente porque ésta no se constituye sólo a partir de ideas o de lucha entre discursos, sino fundamentalmente en su confrontación con la realidad, que siempre es más que todos los discursos juntos".

8. — "La Prensa Alternativa en Chile: El testimonio de sus protagonistas". J. Andrés Richards. ILET, México.

Serie de entrevistas a los directores de revistas alternativas chilenas en circulación. Principales rasgos de esa alternatividad, haciendo énfasis en sus formas de financiamiento no dependientes de la publicidad comercial tradicional y en su distribución al márgen de los circuitos comerciales establecidos.

9. — "Brasil: El Fenómeno de la "Imprensa Nanica". Gregorio Selser. UNAM México, D. F.

La "prensa enana" como muestra de hasta donde puede llegar la difusión legal y masiva de un discurso realmente crítico en una sociedad autoritaria. Capacidad del sistema para integrar lo alternativo —en términos de apertura política— a su propia lógica industrial-consumista.

10. — "El Combate de las Radios Marginales". Mario Zapata. México.

Testimonios de la apoteosis de las estaciones "piratas" en Europa. Sugerencia para praxis alternativa en la comunicación de Latinoamérica.

FICHA BIBLIOGRAFICA:

Simpson Grinberg Máximo, (compilador): Comunicación Alternativa y Cambio Social I: América Latina", México: UNAM, 1981.

SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION
NOTAS BIBLIOGRAFICAS

1. — Baran, Paul A.: La Economía Política del Crecimiento. México, FCE 1973 p. 111.

2.—Tarroni, Evelina et al: Comunicación de Masas: Perspectivas y Métodos. (revista). Barcelona, Gustavo Gili 1975 No. 9-10.

3.—Brecht, Bertolt: Teoría de la Radio en la Antología "Los Medios de Comunicación Colectiva" de Jaime Goded: México, UNAM 1976 p. 297.

4.—Schramm, Wilbur: La Ciencia de la Comunicación Humana. México, Ed. Roble 1975 p. 15.

5.—Hilgard & Bower: Teorías del Aprendizaje. México, Ed. Trillas 1982, p. 334.

6.—De Fleur, Melvin L.: Teorías de la Comunicación Masiva. Buenos Aires, Ed. Paidós 1976, p. 176-177.

7.—Verón, Eliseo: Lenguaje y Comunicación Social. Buenos Aires. Ed. Nueva Visión 1976, p. 17.

8.—Tarroni, Evelina: op. cit. p. 52.

9.—Verón, Eliseo: op. cit. p. 10.

10.—Kedrov. M. B.: La Ciencia. México, Ed. Grijalbo, 1968, p. 22.

11.—Lucacks, Geoge: Historia y Conciencia de Clase. México, Ed. Grijalbo 1969, p. 31.

12.—Novikov, N. V.: Crítica a la Sociología Burguesa de la Conducta Social. Buenos Aires, Ed. Tiempo Contemporáneo 1974 p. 38.

13.—Lucacks, George: op. cit. p. 212.

14.—Kedrov, M. B.: op. cit. p. 25.

15.—Marini, Ruy Mauro: Dialéctica de la Dependencia, México. Ed. Era 1977, p. 18.

16.—Monteforte, Mario: Centroamérica: Modelo de Desarrollo Deforme y Dependencia. México, Revista Deslinde No. 44 p. 32-33.

17.—Bambirra, Vania: El Capitalismo Dependiente Latinoamericano. México, Ed. Siglo XXI 1978 p. 45.

18.—Camacho, Daniel: Dominación Cultural en el Subdesarrollo. Costa Rica, Ed. Costa Rica 1972 p. 121.

19.—Gramsci, Antonio: Notas sobre Maquiavelo, Sobre Política y Sobre el Estado Moderno. Buenos Aires, Ed. Lautaro 1962 p. 35.

20.—Mattelart, Armand: La Cultura como Empresa Multinacional, México, Ed. ERA 1976, p. 60.

21. — Cuadernos en Comunicación (cita): México 1971, p. 20.

22. — Ordoñez, Marco: Las Condiciones Ideológicas en la Formación Profesional de Comunicólogos en América Latina. Ponencia en la FCPS de la UNAM. Invierno 1979.

23. — Ordoñez, Marco: op. cit.

24. — Alanís, Jesús: La Asociación de Rosenblueth y Wiener. Revista "Ciencia y Desarrollo" No. 22 México 1978 p. 118.

25. — Nethol, Ana María: Reflexiones acerca de la Teoría y Acción Comunicativas dentro de los Procesos de Transición a la Democracias. Transcripción.

25. — Bosco Pinto, Joao: La Comunicación Participatoria como Pedagogía del Cambio. Transcripción.

26. — Baudrillard, J.: Crítica de la Economía Política del Signo. México, Ed. Siglo XXI 1977.

28. — Bosco Pinto, Joao: op. cit.

Diseño Curricular en Ciencias de la Comunicación

DISEÑO CURRICULAR EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Según Jaime Arango (Ponencia para el II Seminario sobre Educación, Belo Horizonte, Brasil, 1972) la razón de ser un programa académico en la universidad son las necesidades de la comunidad y, por lo tanto, opina que lo más importante no es que ésta cuente con médicos, agrónomos, veterinarios o arquitectos en sí mismos, sino que estos profesionales colaboren en la solución de sus problemas de salud, agropecuarios o de vivienda, para lo cual se hace necesario la formación de personas con conocimientos en estas áreas. Como paso inicial y fundamental para comenzar el diseño de un programa, el planificador de currículum debe tener un conocimiento, lo más exacto posible, de los problemas de la comunidad.

La planeación curricular es un proceso compuesto de diferentes etapas con un punto de partida o etapa inicial y una etapa final, entre las cuales debe existir una relación clara y una derivación precisa de cada una con respecto a la anterior. De acuerdo con el planteamiento inicial, el autor considera las siguientes etapas en la planeación curricular: a) diagnóstico de la comunidad, b) definición de objetivos educativos, c) determinación de contenidos, d) diseño curricular, e) selección de métodos, y f) evaluación; y hace un análisis concreto de cada una de ellas.

Presentamos en orden cronológico una serie de conceptos enunciados en diferentes épocas y que ejemplifican diversas tendencias y corrientes filosóficas de este siglo con referencia a los posibles CONCEPTOS DE CURRICULUM:

1918 "Currículo es aquella serie de cosas que los niños y los jóvenes deben hacer y experimentar a fin de desarrollar habilidades que los capaciten para decidir asuntos de la vida adulta". (Bebbit: The Curriculum Bosten, 1918).

1935 "...comprende todas las experiencias del niño bajo la orientación del profesor". (Caswell y Campbell: Curriculum development. New York, 1935).

1949 Ralph Tyleplantea cuatro cuestiones básicas para la elaboración de cualquier currículo:

1.—¿Qué objetivos educacionales debe tratar de alcanzar la escuela?

2.—¿Cómo seleccionar experiencias de aprendizaje que puedan ser útiles en el logro de esos objetivos?

3.—¿Cómo pueden ser organizadas las experiencias de aprendizaje para una enseñanza eficaz?

4.—¿Cómo se puede evaluar la eficacia de las experiencias de aprendizaje? (Ralph W. Tyler: Principios básicos de curriculo. Porto Alegre, Globo 1974).

1950 "Currículo es todo lo que acontece en la vida de un niño, en la vida de su país y de sus profesores. Todo lo que rodea el alumno en todas las horas del día constituye materia para el curriculo ha sido definido como el ambiente en acción". (Caswell: Curriculum in public school system. N. Y., 1950).

1958 "Curriculo son todas las experiencias, actividades materiales, métodos de enseñanza y otros medios empleados por el profesor o tenidos en cuenta por él, en sentido de alcanzar los fines de la educación". (UNESCO: Curriculum revisión and research. Educational Studies and Documents. 28 París, 1958).

1960 "... es toda experiencia proporcionada al niño bajo la orientación de la escuela". (Encyclopedia of Educacional Research. N.Y., 1960).

1960 "Curriculo es el recurso instrumental (...) él consiste en experiencias por medio de las cuales alcanza la autorrealización y al mismo tiempo aprende a contribuir a la construcción de mejores comunidades y de una América mejor en el futuro. (Regan: Currículo primario moderno. Porto Alegre, 1960.)

1961 "es el proceso de determinar límites de las unidades educacionales que serán tratados.

"...es el proceso de identificar la materia que será tratada con la unidad educacional". (Zancharias y White: The requirements for major curriculum revisión. N. York, 1964).

"...es la materia y el contenido de la materia que se utiliza en la enseñanza". (Thomas H. Brigge).

1967 "Currículo no se refiere a lo que el estudiante hará en una situación de aprendizaje, sino a lo que él será capaz de hacer como consecuencia de lo que aprendió (...) Curriculo se relaciona con resultados y no con episodios de aprendizaje." (Johnson: Definitions and models un curriculum theory, V. 17, No. 1967).

1968 "...Debe ser un documento escrito...

"...el más frecuente aspecto incluido en un esquema de las matrices a enseñar".

"...la materia es el núcleo sustantivo del currículum". (Beauchamp: Curriculum theory. Wilmette III, 1968).

1974 "Currículo es un plan para facilitar conjuntos de oportunidades de aprendizaje para alcanzar amplias metas y objetivos específicos relacionados, para una población identificable, atendida por una unidad escolar". (Saylor y alexander: Planning curriculum for schools. N. York, 1974).

En base al seguimiento así planteado, podemos concluir que se entiende por curriculum el proceso educativo, propiciado en una institución, que permite a los sujetos adquirir conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes tendientes al logro de objetivos previamente establecidos.

Licenciado en Ciencias
de la Comunicación

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

I. —El Licenciado en Ciencias de la Comunicación es el profesional capacitado para detectar, identificar, analizar, desarrollar, emitir prpuestas, diseñar estrategias de acción, preparar y realizar técnicamente todo tipo de soportes y vehículos de información para cualquier persona u organismo.

Podrá establecer los procedimientos y sistemas adecuados a cada situación comunicacional, a partir de investigaciones que identifiquen y comprendan las realidades humanas y sociales que influyen en la información.

Planificará, ordenará y emitirá las informaciones que respondan a las distintas necesidades concretas del organismo donde labore, dentro del marco legal establecido para los medios colectivos de difusión en el país.

Interpretará la información que revista mayor eficiencia para el logro de los objetivos de los usuarios de sus servicios en la sociedad.

II. —CARACTERISTICAS DESEABLES EN EL ESTUDIANTE:
Observación pertinaz, responsabilidad social, comprensión de los valores culturales e ideológicos que enmarcan su cualidad.

Iniciativa, habilidad para relacionarse con los demás, capacidad de análisis, agilidad en la toma de decisiones, apego a la lectura, capacidad de crítica, respeto a la dignidad de la persona.

Interés por el desarrollo político, económico y social de su región, país y el mundo.

Capacidad de expresión oral y escrita y de síntesis.

III.—CAMPO DE TRABAJO:

La estructura social del país requiere de los servicios del comunicólogo profesional prácticamente en todas sus áreas: Instituciones educativas, dependencias de comunicación social del sector público y privado, organismos políticos, empresas de la iniciativa privada, asociaciones civiles, organizaciones populares, comunidades marginadas o en vías de desarrollo, centros de análisis y procesamiento de información, y desde luego, en los medios masivos de difusión.

IV.—ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS:

	HORAS		
	TEORIA	PRACTICA	TOTAL
PRIMER SEMESTRE:			
Teoría de la Comunicación I	3		3
Metodología General de la Investigación	3	2	5
Sociología de la Comunicación	3		3
Filosofía y Ciencia Política	3		3
Historia del Arte y la Cultura I	3		3
Historia de México	3		3
Redacción I	3		3
Diseño y Comunicación I	2	3	5
	23	5	28
SEGUNDO SEMESTRE:			
Teoría de la Comunicación II	3		3
Organización del Estado y Derecho Constitucional	3		3
Historia del Arte y la Cultura II	3		3
Historia Regional	3		3
Redacción II	3		3
Inglés I	3		3
Teoría y Laboratorio de Fotografía I	2	2	4
Diseño y Comunicación II	2	3	5
	22	5	27
TERCER SEMESTRE:			
Teoría de la Comunicación III	3		3
Régimen Legal de los Medios	3		3
Introducción a la Economía	3		3

Historia Socioeconómical y Política Actual	3		3
Psicología Geranal	3		3
Periodismo I	2	3	5
Teoría y Laboratorio de Fotografía II	2	2	4
Taller de Diseño y formación de medios impresos	2	3	5
	21	8	29

CUARTO SEMESTRE:

Análisis Semiológico y Linguística Estructural	3		3
Análisis de Opinión y Teoría del Consenso	3		3
Teorías de la Personalidad	3		3
Probabilidad y Estadística I	3		3
Metodología de la Investigación en Comunicación	2	2	4
Radio I	2	2	4
Periodismo II	2	3	5
Inglés II	3		3
	21	7	28

QUINTO SEMESTRE:

Teoría de la Comunicación Organizacional	3		3
Probabilidad y Estadística II	3		3
Psicología Social	3		3
Mercadotecnia	2	2	4
Computación I	2	2	4
Publicidad	2	2	4
Radio II	2	2	4
Métodos Audiovisuales	2	2	4
	19	10	29

SEXTO SEMESTRE:

Investigación en Comunicación I	2	3	5
Hist. de los Medios de Difusión	3		3

Computación II	2	2	4
Psicología de la Comunicación	3		3
Teoría y Práctica del Discurso	2	2	4
Televisión I	2	3	5
	14	10	24

SEPTIMO SEMESTRE:

Comunicación y Org. Política	3	2	5
Comunicación y Rel. del Poder	3		3
Administración de los Medios	3		3
Televisión II	2	4	6
Investigación en Comunicación II	2	3	5
Análisis Cinematográfico	3	2	5
	16	11	27

OCTAVO SEMESTRE:

Seminario Avanzado de Investigación (Asesoría) Trabajo de Campo Producción en Medios	Carga de trabajo según necesidades de la investigación
Duración prevista para cursar la carrera:	Ocho semestres
Total de Materias:	55

V.—REQUISITOS ACADEMICOS:

1).—PARA INGRESAR

Bachillerato Socio-Admvo.

Aprobar el Examen de Admisión Selectivo que consta de las siguientes evaluaciones:

a).—Evaluación de Salud;

b).—Evaluación Psicométrica.

c).—Evaluación de Conocimientos.

2). — PARA OBTENER EL TITULO

a). — Acreditar todas las materias del plan de estudios vigente.

b). — Comprobante de Servicio Social según reglamento correspondiente.

c). — Presentar Trabajo Recepcional de acuerdo a normas que establezca el Consejo Técnico Consultivo de la escuela.

d). — Sustentar y aprobar el Examen Recepcional.

NIVEL ACADEMICO: Licenciatura.
TITULO DE: Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

VI. — OPORTUNIDADES DE ESTUDIO DE POSGRADO:

Se pueden obtener grados académicos de ESPECIALIDAD, MAESTRIA y DOCTORADO, mediante becas a través de convenios que tiene la universidad con diversas instituciones de enseñanza superior para realizar estudios en el país o en el extranjero.

Las oportunidades también existen en el terreno de la docencia, mediante estudios de perfeccionamiento, para satisfacer la continua demanda de catedráticos altamente calificados.

Bibliografía General de la Compilación

BIBLIOGRAFIA GENERAL DE LA COMPILACION

Arnarz, J. A. "La Planeación Curricular". México: Ed. Trillas, 1981.

Althusser, Louis. "Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado". México: Ed. Siglo XXI, 1977:

Barbero, J. Martín. "Comunicación Masiva: discuros y poder". Quito: CIESPAL, 1978.

Barthes, Roland. "Mitologías". México: Ed. Siglo XXI, 1980.

Barthes, Roland. "La Semiología" en Revista Comunicaciones No. 4 Buenos Aires: Ed. Tiempo Contemporáneo, 1976.

Baudrillard, J. "Crítica de la Economía Política del Signo". México: Ed. Siglo XXI, 1977.

Baudrillard, J. "El Sistema de los Objetos" México: Ed. Siglo XXI, 1980.

Bosco Pinto, J. "La Comunicación Participatoria como Pedagogía del Cambio". Quito: CIESPAL, 1978.

Brecht, Bertolt. "Teoría de la Radio" en Antología de los Medios de Comunicación Colectiva. México: UNAM, 1976.

Buci-Glucksman, Cristine "Gramsci y el Estado" México: Ed. Siglo XXI, 1976.

Corral C. Manuel. "La Ciencia de la Comunicación en México: Orígen, desarrollo y situación actual" México: Cuadernos del TICOM No. 15. U.A. Metropolitana-x, 1982.

De Fleur, Melvin. "Teorías de la Comunicación Masiva". Buenos Aires: Ed. Paidós, 1976.

Documento sobre "Fundamentación teórica de la carrera de Comunicación Social" México: U.A. Metropolitana-x, 1979.

Dos Santos, Teotonio. "El Nuevo Carácter de la Dependencia" en 'La crisis del desarrollismo y la nueva dependencia' Buenos Aires: Ed. Amorrortu, 1969.

Fernández Christlieb, Fátima. "Los Medios de Difusión Masiva en México" México: Juan Pablos Editor, 1982.

Foucault, Michel. "Historia de la Sexualidad" 1: 'La voluntad del saber' México: Ed. Siglo XXI, 1979.

Foucault, Michel "Vigilar y Castigar" México: Ed. Siglo XXI, 1980.

Freire, Paulo. "¿Extensión o Comunicación?" México: Ed. Siglo XXI, 1979.

Freire, Paulo. "La Educación como Práctica de la Libertad". México: Ed. Siglo XXI, 1979.

González, Jorge. "Sociología de las Culturas Subalternas". México: Cuadernos del TICOM No. 11, U.A. Metropolitana-x, 1981.

Jiménez M. José H. "La Ciencia de la Comunicación en América Latina: Un caso de dependencia científica" México: Cuadernos del TICOM No. 13, U.A. Metropolitana-X, 1982.

Lenin, Vladimir. "El Imperialismo como fase superior del Capitalismo" Pekin: Edit. Ediciones en Lengüas Extranjeras, 1972.

Magdoff, Harry. "Ensayos sobre el Imperialismo". México: Ed. Nuestro Tiempo, 1977.

Mattelart, Armand. "La Cultura como Empresa Multinacional". México: Ed. Era. 1976.

Merton, Robert K. "Teoría y Estructura Sociales" México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1964.

Moragás Spa. Miguel. "Semiótica y Comunicación de Masas". Barcelona, Ed. Península, 1976.

Nethol, Ana María. "La Comunicación Participativa" México: Cuadernos del TICOM No. 7, U.A. Metropolina-x, 1980.

Nethol, Ana María. "Los Mecanismos del Discurso: el campo del poder y las perspectivas de participación popular" Quito: CIESPAL, 1978.

Nethol, Ana María. "El papel de la Comunicación y los procesos populares" en Revista Comunicación y Cultura No. 9 s/f.

Pecheaux, Michel. "Formación Social, lengüa y Discurso" en Revista Arte Sociedad e Ideología s/r.

Portelli, Hugo. "El Bloque Histórico" México: Ed. Siglo XXI, 1978.

Rodríguez G. Oscar. "El Fenómeno del Alcoholismo y la Comunicación Participativa:

Marco Teórico y Conceptual". Trabajo Recepcional de L.C.C. en la U.A. Metropolitana-x, 1982.

Schmucler, Hector. "La Investifación sobre Comunicación Masiva" en Revista Comunicación y Cultura No. 4, 1975.

Schramm, Wilbur. "La Ciencia de la Comunicación Humana" México: Ed. El Roble, 1975.

Todorov, T. "Poética" Madrid: Ed. Losada, 1978.

Verón, Eliseo. "Ideología y producción de conocimientos en América Latina en Ciencias Sociales: Ideología y realidad nacional" Buenos Aires: Ed. Tiempo Contemporáneo, 1974.

INDICE

EL SEÑOR LIC. ALFONSO LASTRAS RAMÍREZ, RECTOR DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ, ORDENÓ LA IMPRESIÓN DE ESTE LIBRO A LA EDITORIAL UNIVERSITARIA POTOSINA. LA EDICIÓN FUE CONCLUIDA EL 23 DE SEPTIEMBRE DE 1988 Y CONSTA DE 1000 EJEMPLARES.

Editorial
Universitaria
Potosina