

chasqui

LA COMUNICACION EN LATINOAMERICA

No. 4



chasqui

chasqui 4

En el último trimestre de 1973 se realizó un evento cultural de trascendencia en San José, Costa Rica: el primer seminario sobre "La Investigación de la Comunicación en América Latina", cuyo Informe Final se presenta en esta edición.

En la Sección Informativa se incluyen las noticias sobre el proyecto de creación del "Centro de Comunicaciones para la Universidad del Valle", que fue elaborado por los dirigentes de CIESPAL y un experto de CIMPEC—OEA y la creación del "Instituto de Investigación de la Comunicación Colectiva" en Lima, Perú.

La importancia que tiene la ideología en el campo de la comunicación y el análisis cualitativo del contenido, son factores sustanciales que han motivado la publicación de la primera parte del trabajo "Comunicación de masas y producción de ideología: acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal", del intelectual argentino Eliseo Verón, en la sección "Documentos". En esta parte se publican además, dos estudios sobre "Las Escuelas de Ciencias de la Comunicación y Crisis Universitaria", de Félix Hernández Martín y "La Enseñanza de Psicología en Ciencias de la Comunicación" de Alberto Ascolani.

En lo referente a la divulgación de asuntos esencialmente científicos, se reproduce en la parte de "Investigación", dos trabajos realizados en Brasil y Uruguay: "Los Medios de Comunicación Colectiva y el Cambio entre los Agricultores Brasileños", por Juan Ricardo Braun y Persival Dos Santos y "La Investigación y la Enseñanza del Periodismo en el Uruguay", de Manuel Olarreaga.

EDICION:
Jorge Merino Utreras



Revista de CIESPAL
Nº 4 — Diciembre — 1973

— * —

Más que el desarrollo tecnológico de los medios preocupa a CIESPAL el contenido de los mensajes.

S U M A R I O:

DOCUMENTOS

- Seminario de Investigación en América Latina 11
- Escuelas de Ciencias de la Comunicación y Crisis Universitaria 27
- La Enseñanza de Psicología en Ciencias de la Comunicación 41

INVESTIGACION

- Comunicación de masas y producción de ideología 75
- Los medios de comunicación entre los agricultores brasileños 110
- La investigación y la enseñanza del periodismo en el Uruguay 126

INFORMACIONES

- Seminario: Investigación de la Comunicación en América Latina 145
- Centro de Comunicaciones para la Universidad del Valle... 148
- Creación del Instituto de Investigación de la Comunicación Colectiva en Lima 149



documentos

**SEMINARIO SOBRE
“LA INVESTIGACION
DE LA COMUNICACION
EN AMERICA LATINA”**

INFORME PROVISIONAL

Realizado por CIESPAL en el Campus “La Catalina”, San José, Costa Rica, con los auspicios de la Fundación Friedrich Ebert y del Centro de Estudios Democráticos para América Latina, CEDAL.

INTRODUCCION

Del 17 al 22 de septiembre de 1973 se realizó en el Campus La Catalina, Costa Rica, el Seminario sobre "Investigación de la Comunicación en América Latina" que fuera organizado por CIESPAL, contando con el financiamiento de la Fundación Friedrich Ebert y los auspicios de CEDAL (Centro de Estudios Democráticos para América Latina).

CIESPAL convocó el Seminario para abordar una de las materias de mayor importancia en el área de la comunicación, cual es el relativo a analizar el estado de la investigación en América Latina y precisar pautas, aunque fueron tentativas, respecto a su orientación en el futuro.

El Seminario trabajó intensamente a base de los documentos que fueron elaborados por CIESPAL, a través de sus respectivos departamentos.

El presente documento contiene el informe de dicho Seminario.

Durante la reunión los participantes presentaron distintos e importantes trabajos, que serán editados en una próxima oportunidad en una publicación más amplia sobre este tema.

CIESPAL confía que este documento contribuirá al desarrollo de la investigación de la comunicación en América Latina, por lo cual rinde homenaje de gratitud a los participantes del Seminario y a las entidades que lo auspiciaron.

I.— MARCO CONCEPTUAL

El Seminario sobre la investigación de la Comunicación en América Latina consideró necesario plantear, tentativamente, un marco conceptual sobre la naturaleza y fines de la investigación, como cuestión previa a la presentación de diversas recomendaciones para una acción en el futuro.

La definición de un marco conceptual necesariamente resulta incompleta, ya que se trata de una tarea colectiva de largo plazo; sin embargo, consideró que valía la pena proponer ciertos lineamientos mí-nimos para encauzar la discusión y el trabajo posteriores.

La teoría de la comunicación y la metodología de la investigación elaboradas en los centros metropolitanos, no siempre corresponden a la realidad y a las necesidades de investigación de los países atrasados y dependientes, no obstante lo cual se aplican, indiscriminadamente, a las situaciones de la región, con resultados obviamente inadecuados y a veces distorsionantes. Su uso ha sido inducido bajo el supuesto de que la teoría social es universal y de que su validez desborda el marco de los espacios culturales y de los procesos históricos.

Por otro lado, es menester seleccionar, con pensamiento crítico, las metodologías que se están utilizando e identificar las ideologías que animan a tales instrumentos.

Un rasgo que debe diferenciar el enfoque de la comunicación de las perspectivas originadas en los países centrales, es la concepción totalizadora del proceso de la comunicación. En otras palabras, se trata de concebir a la comunicación en todos sus niveles de funcionamiento, como un aspecto del proceso productivo general de la sociedad. Hay que considerar, al respecto, que la comunicación colectiva no es una suerte de proceso “natural” y “universal”, ajeno a la dinámica global del proceso productivo, sino, por el contrario, una dimensión constitutiva de ese proceso cuyo análisis debe estar integrado al estudio económico político del funcionamiento social.

Desde otro punto de vista, el principio teórico relativo a esa condición “intrínseca” de la comunicación tiene también consecuencias en el plano del estudio del objeto, esto es en el plano de la investigación. La tarea no puede plantearse como una operación puramente

“técnica”, es inseparable de una perspectiva global y, por lo tanto, de opciones políticas que pueden expresar alternativas de transformación social o refuerzo del statu quo.

Con una metodología diseñada por los latinoamericanos para América Latina, con un instrumental de trabajo mucho más depurado y crítico, se debe llegar al descubrimiento de toda la interrelación económica, política, social y cultural que configuran las estructuras de dominación y de poder que, muchas veces, condicionan y determinan los sistemas de comunicación imperantes.

La investigación debe estar orientada al diagnóstico de la situación actual y a la búsqueda de alternativas que permitan tomar opciones en el planteamiento de soluciones. Pero tanto la teoría como el método deben contemplar la necesidad de una acción interdisciplinaria para que haya una clara visión de la realidad imperante y un conocimiento mucho más rico y profundo de la sociedad en la que ocurre el fenómeno de la comunicación.

Finalmente, el método científico debe buscar, sobre todas las cosas, la participación de los grupos sociales involucrados en los problemas de la comunicación para que los resultados sean mucho más genuinos y más aprovechables y para que den lugar a una participación popular más activa tanto en la detectación de los problemas como en los procesos mismos de la comunicación.

Estos criterios no traducen una óptica “regionalista” o “localista”: muy por el contrario, indican dimensiones básicas para el progreso de la ciencia de la comunicación considerada en su nivel más general. En este sentido, el contexto histórico actual de las sociedades del llamado Tercer Mundo puede contener la posibilidad privilegiada de desarrollar nuevos caminos, tanto teóricos como metodológicos, de extrema importancia para la investigación de la comunicación.

La existencia de sistemas políticos opuestos, como el capitalismo y el socialismo, plantea la cuestión crucial de la presencia de lo ideológico en la investigación científica. Para el caso de la comunicación, en varios países, se encuentran fundamentalmente las siguientes características, en mayor o menor grado:

- a) La suposición de que el investigador social actúa dentro de un

marco de “independencia” de pensamiento científico, lo que fundamenta la creencia de que la ciencia es neutral y nada tiene que ver con asuntos políticos;

- b) La concepción de que la realidad está compuesta de “partes a investigar”, es decir una visión atomizada que conduce en el mejor de los casos a un descriptivismo característico de los intentos funcionalistas por aproximarse a la realidad social;
- c) La falta de percepción del hecho de que los medios de comunicación tienen un carácter de clase y se insertan en el marco general de una sociedad en la cual existe la propiedad privada de la mayoría de esos mismos medios. En otras palabras, se pretende prescindir del análisis de todo lo referente al poder de esos medios y al uso que se hace de ellos como instrumentos para mantener el *statu quo*;
- d) La opción fundamentada en un razonamiento ahistórico, que pretende dar una interpretación del conjunto social, sin considerar su génesis y evolución anulando por lo mismo un enfoque más rico y dialéctico.

II.— OBJETIVOS Y ESTRATEGIA

En atención a las consideraciones precedentes, el Seminario formuló criterios para delinear los objetivos generales y una estrategia tentativa para la investigación.

En tal sentido, el objetivo central de la investigación debe ser el análisis crítico del papel de la comunicación en todos los niveles de funcionamiento, sin omitir sus relaciones con la dominación interna y la dependencia externa y el estudio de nuevos canales, medios, mensajes, situaciones de comunicación, etc., que contribuyan al proceso de transformación social.

Es necesario conceder importancia trascendental al estudio de nuevas modalidades de comunicación colectiva e interpersonal, tanto en la técnica de difusión de los mensajes como en la selección de contenidos.

En función de los objetivos generales descritos, el Seminario propone los puntos de estrategia que se señalan a continuación, lo mismo que una selección general de áreas para la concentración de esfuerzos y se permite recomendarlas expresamente a los investigadores de la región:

- 1.- Planificar y coordinar las investigaciones en comunicación a nivel nacional y regional, con el fin de alcanzar efectos acumulativos y evitar duplicaciones e ineficiencias.
- 2.- Promover en las instituciones relacionadas con programas de desarrollo, la ejecución de investigaciones sistemáticas en comunicación, para atender adecuadamente a las necesidades reales de la población, así como para facilitar su participación activa en los procesos de cambio.
- 3.- Promover la investigación sobre las experiencias de elaboración popular de mensajes que modifiquen el sentido tradicional de la comunicación vertical.
- 4.- Incentivar la participación popular en las investigaciones sobre el uso de los medios de comunicación, para desmitificarlos y desarrollar en los sectores populares una conciencia crítica y participativa.
- 5.- Las labores de promoción, asesoramiento y coordinación de las investigaciones debe realizarlas CIESPAL. La ampliación de sus Departamentos de Investigación y Documentación se torna indispensable para que pueda atender las nuevas tareas y adecuar su administración a la futura creación de un Instituto Latinoamericano de Investigación de la Comunicación.
- 6.- Solicitar a los organismos internacionales y fundaciones que cooperen para el fortalecimiento de los Departamentos de Investigación y Documentación de CIESPAL, tomando en cuenta las importantes tareas que cumplen en la actualidad y las nuevas funciones que este Seminario les asigna para el desarrollo de la investigación de la comunicación en América Latina.
- 7.- Promover la creación de organismos nacionales de investigación en comunicación que integrarán el instituto internacional admi-

nistrado por CIESPAL, con funciones de investigación directa, promoción, intercambio y producción.

- 8.- Las Universidades, los centros de estudio y los investigadores deben aunar sus esfuerzos para conseguir de los gobiernos y entidades nacionales una más adecuada asignación de fondos para las investigaciones en comunicación, sobre todo para las que se vinculan directamente con los procesos de desarrollo.
- 9.- Los estados, las universidades y las organizaciones internacionales y otras entidades deben auspiciar y financiar las investigaciones fundamentales, según el plan prioritario que se establecerá para la mejor utilización de la comunicación en los respectivos países.
- 10.- Solicitar a las organizaciones internacionales y a las fundaciones su cooperación financiera para que CIESPAL pueda realizar cursos y seminarios de especialización tanto para profesores de investigación como para investigadores, así como para que esté en posibilidad de formar un equipo que coopere en las labores de investigación en los países en los cuales vayan a realizarse programas de esta naturaleza.
- 11.- Orientar la investigación en las universidades hacia temas de interés social relevante y evitar que los estudios realizados solamente sirvan directa o indirectamente a intereses comerciales.
- 12.- Las universidades deben intensificar el empleo de la investigación como método de enseñanza y preparar programas especiales sobre la formación de más y mejores profesionales de la investigación en comunicación.
- 13.- Asimismo, la investigación debe reorientar constantemente la formación de los profesionales de la comunicación, para que éstos puedan irrumpir con nuevas técnicas y métodos en el sistema de comunicación actual y abrir nuevos canales de comunicación con los grupos populares.

III.— SELECCION DE AREAS DE INVESTIGACION

De conformidad con los marcos conceptual y estratégico señalados, los participantes seleccionaron opciones posibles dentro del vasto

universo de la comunicación, tres áreas prioritarias de investigación para recomendarlas a sus colegas de América Latina.

Además, conforme al objetivo central de la estrategia recomendada, cada área seleccionada comprende dos aspectos fundamentales:

- a) Uno de diagnóstico y análisis crítico,
- b) y otro de búsqueda de alternativas.

Las áreas de concentración seleccionadas son las siguientes:

- Formulación, refinamiento, prueba de teorías y métodos sobre los diversos aspectos del proceso de comunicación y su relación con el proceso de transformación social.
- Papel de la comunicación en la educación.
- Papel de la comunicación en la organización y movilización populares.

A continuación, se definen estas áreas generales de concentración, en su dos aspectos de diagnóstico y de búsqueda de alternativas.

Formulación, Refinamiento y Prueba de Teorías y Métodos

a) Fase de diagnóstico y análisis crítico:

Dentro de esta área se recomienda a los investigadores el análisis de las teorías que se vienen aplicando, explícita o implícitamente, al estudio de los fenómenos de comunicación en América Latina, procurando identificar los presupuestos ideológicos en que se basan, determinar sus consecuencias metodológicas y pragmáticas y evaluar su validez o no para la interpretación adecuada de la realidad latinoamericana.

b) Fase de búsqueda de alternativas:

Además de proceder a una revisión de las teorías y métodos en uso, se recomienda a los investigadores latinoamericanos tener en cuenta en sus trabajos de investigación la necesidad de elaborar nue-

vas teorías y métodos de estudio que, en su confrontación con la dinámica de la realidad latinoamericana, demuestren mayor validez.

Particular interés debe ponerse en la formulación de teorías y métodos para el estudio de la forma y contenido de los mensajes, por cuanto el mensaje es el núcleo fundamental en el proceso de la comunicación.

Papel de la Comunicación en la Educación

a) Fase de diagnóstico y análisis crítico:

Se recomienda poner particular atención a dos fases íntimamente relacionadas del proceso educativo global, en las cuales la comunicación actúa como ingrediente fundamental:

— Los sistemas de educación tales como la enseñanza escolar, media y universitaria, la teleducción, la educación de adultos, etc. Se recomienda estudiar contenidos, métodos, medios de comunicación usados en la educación para detectar la influencia de las ideologías subyacentes de cualquier tendencia.

— Los sistemas de comunicación, tales como prensa, radio, televisión, revistas, libros, etc., para los cuales se recomienda investigar patrones de propiedad, contenidos, funciones y efectos sobre las ideas y sistemas de valores de los diversos sectores de la población.

b) Fase de búsqueda de alternativas:

Se recomienda buscar nuevas conceptualizaciones pedagógicas, así como nuevos arreglos institucionales, nuevos medios y métodos que faciliten el desarrollo de la conciencia crítica de la población, así como su capacitación para participar activamente en el manejo de los medios de comunicación, como instrumentos de liberación y de crecimiento humano comunitario.

Papel de la Comunicación en la Organización y Movilización Popular

a) Fase de diagnóstico y análisis crítico:

Se recomienda hacer esfuerzos por identificar la naturaleza de los patrones y flujos actuales de comunicación entre los diversos grupos que componen la sociedad, tanto en el sector urbano como en el sector rural, con el objeto de conocer mejor su función dentro del marco actual en que actúan dichos grupos.

b) Fase de búsqueda de alternativas:

- El Seminario considera conveniente que, con base en los planteamientos generales referentes a las áreas de trabajo, CIESPAL concrete los campos de acción específicos en consulta con investigadores y centros de estudio.
- El Seminario recomienda a CIESPAL que, bajo el marco conceptual descrito y dentro de las áreas diseñadas, prepare un conjunto de investigaciones que puedan efectuarse a nivel regional.
- El Seminario recomienda a CIESPAL la elaboración de un programa de investigaciones a corto y largo plazo, para que pueda ser ejecutado en una acción conjunta por centros de investigación, universidades u organismos vinculados a la comunicación.

IV.— PAUTAS GENERALES SOBRE METODOLOGIA

El Seminario considera que ante la imposibilidad de analizar con profundidad diversas metodologías que podrían ser recomendables en la resolución de problemas específicos de trabajo, conviene al menos señalar algunas pautas generales entre las que se registran las siguientes:

- Se recomienda utilizar metodologías múltiples, de tal modo que el análisis estructural histórico, por ejemplo, pueda complementarse con análisis cuantitativo.
- El análisis cuantitativo debe operar en función de la interpretación cualitativa de los datos recogidos.
- La investigación temática se considera un método de importancia relevante, sobre todo, como un punto de apoyo en tareas futuras de movilización social.

Al respecto considera que es importante modificar los enfoques y las opciones tradicionales de investigación, que, entre otros aspectos, se caracterizan por demandar, pre-requisitoriamente, la utilización de técnicas acabadas de planeación y medición. Se debe buscar formas de investigación que respondan a situaciones específicas y que, sin descuidar el enfoque estructural de los problemas de la comunicación, partan de la necesidad de atender la solución inmediata de problemas y acciones concretas, utilizando para ello instrumentos al alcance de investigadores no profesionales que posibiliten el concurso activo de los grupos y organizaciones populares en el proceso de investigación de la comunicación.

- La investigación debe tener siempre una naturaleza interdisciplinaria para poder enriquecer la aproximación al conocimiento científico.
- Los trabajos de investigación deben ubicarse en dos niveles claramente definidos. Primero, aquellos de análisis profundo y completo de la realidad, que implican el uso de metodologías altamente refinadas y, luego, la posibilidad de enfoques mucho más sencillos que no por eso dejan de ser lo suficientemente útiles para los propósitos que se pretenden alcanzar.
- Como los grupos sociales sobre los que se hace la investigación tienen diferencias internas, los métodos deben diferir igualmente para poder descubrir en qué forma los procesos de la comunicación se cumplen en cada uno de los estratos diferenciados de los grupos sociales en estudio.
- Se destaca la importancia de distinguir, en el trabajo de investigación, sectores sociales tales como clases y estratos que por su diferenciación requieren enfoques diversificados.

Como ilustración de esta preocupación, fueron mencionados los siguientes sectores sociales:

- 1) grupos rurales y urbanos marginados, que participan de la llamada “cultura de la pobreza”, como algo diferenciable de la cultura dominante de la sociedad;
- 2) grupos etarios tales como los de los niños, adolescentes, jóvenes y adultos;

3) Niveles ocupacionales o socio—profesionales distintos.

La importancia de estas menciones ilustrativas estriba en el hecho de que cada uno de estos sectores posee formas y contenidos propios y generación en la recepción de mensajes, los cuales deben ser conocidos por los investigadores.

El Seminario, tomando en cuenta los conceptos claramente vertidos, decidió:

— Recomendar expresamente que las investigaciones se realicen en un marco interdisciplinario ya que el concurso de las ciencias sociales es indispensable para la cabal comprensión del fenómeno de la comunicación en la sociedad.

— Promover la difusión de los resultados de la investigación a nivel nacional e internacional.

— Efectuar estudios sobre las estructuras institucionales de cada país que, actuando como sistemas de comunicación, pueden obstaculizar o facilitar la movilización popular y su participación en los procesos de decisión y de transformación.

— Para facilitar la selección de investigaciones relevantes para el proceso de transformación de nuestras sociedades, proponer a los investigadores que consideren las siguientes preguntas:

Para qué y por qué investigar, qué investigar, qué modelo de sociedad propugna la investigación, qué modelo de sociedad existe en el presente y si representa o no el proyecto de investigación una tentativa de evasión de los problemas básicos de la sociedad.

V.— EVALUACION DE LAS INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACION EN AMERICA LATINA

El Seminario estudió la situación de la investigación de la comunicación en América Latina, para precisar sus avances, las experiencias logradas, las metodologías empleadas y hacer la evaluación global de tales investigaciones.

Luego de discutir los distintos aportes que hicieron los participantes sobre el resultado y experiencias obtenidos en varios países de la región y analizar el documento que presentó CIESPAL, en el que se catalogan 733 investigaciones, se precisó que la evaluación no puede ser completa en razón de que muchas investigaciones, cuya existencia se conoce en alguna medida, no han podido ser recuperadas o recogidas. Sin embargo, se aclaró que los estudios analizados, permiten una visión de la situación general de la investigación en América Latina y de las metodologías que se han aplicado.

Se tuvo en cuenta el hecho de que la actividad investigativa en el campo de la comunicación, es reciente en el área de América Latina, lo que ha limitado el desarrollo de esta disciplina científica.

Con estos antecedentes, el Seminario identificó elementos que caracterizan a la investigación de la comunicación realizada en América Latina que, por ser comunes a la mayoría de los trabajos, permiten señalar sus rasgos generales que es a lo que se concreta esta evaluación. Naturalmente los casos de excepción no han sido señalados. Esas características comunes se sintetizan en los siguientes puntos principales:

- Las investigaciones han tenido un carácter meramente descriptivo y una concepción cuantitativista. El sentido indicativo y las apreciaciones cualitativas no han sido desarrolladas para dar vigor y trascendencia a los estudios.
- Los trabajos se han efectuado, casi siempre estudiando los fenómenos de la comunicación aislados del complejo político, socioeconómico y cultural dentro del cual ocurren. Las investigaciones no han tenido además el necesario carácter interdisciplinario, indispensable para la validez de los estudios.
- Los campos o áreas en los que ha incursionado la investigación han sido limitados y parciales y casi siempre relativos a la prensa; dejando abandonados otros aspectos y materias de sumo interés para una apreciación cabal e integral de la comunicación en una sociedad dada.
- Las investigaciones se han efectuado por esfuerzos institucionales o individuales, pero siempre aislados. Se anota la carencia total de labores que corresponden a planes regionales o subregionales o a una política de investigación.

- No hubo coordinación en la labor de investigación, lo que ha determinado duplicación de esfuerzos, en unos casos y, casi siempre, desperdicio de experiencias.
- No se ha desarrollado metodologías propias, acordes con las necesidades y posibilidades de América Latina y se ha utilizado métodos y sistemas importados, inadecuados unos y obsoletos otros.
- Las investigaciones han carecido de un marco conceptual propio y no han estado sujetas a una indispensable, aunque sea mínima, sistematización, para que sus resultados sean aprovechados en conjunto.

La caracterización de la investigación de la comunicación colectiva señalada en los puntos anteriores, no ha de interpretarse como una negación de la labor realizada, sino como el fin de una etapa pionera e inicial para dar paso a otra más amplia, profunda y mejor fundamentada.

Las deficiencias y las limitaciones de las investigaciones que se han realizado en América Latina están explicadas por varios factores concurrentes, cuya presencia no ignoró el Seminario y, por el contrario, las puso de relieve precisamente para tratar de superarlas. Entre esos factores limitantes se consideraron, por ejemplo, los siguientes: el proceso de investigación científica de la comunicación solamente se inició en América Latina, hace no más de diez o doce años especialmente promovida a niveles de enseñanza y de ejecución, por CIESPAL; la falta de fondos y la carencia de profesores no permitió a las universidades que imparten enseñanza en comunicación, introducir la asignatura de investigación en sus respectivos programas; los gobiernos, las universidades, las entidades internacionales y otros organismos no han patrocinado, en los niveles deseables, la ejecución de programas de investigación; hasta ahora América Latina no tiene el número suficiente de especialistas en investigación, pues ni siquiera existe una institución especializada en la formación de expertos de alto nivel, en esta materia.

El Seminario hizo hincapié en la necesidad de que, las investigaciones se realicen como consecuencia de políticas claras y precisas establecidas a niveles nacionales y regionales; que los programas estén coordinados para su mejor realización y utilización y para un adecuado aprovechamiento de experiencias y resultados; que es indispen-

sable que las prioridades en la investigación se establezcan atendiendo especialmente al papel que le toca cumplir a la comunicación en los procesos de desarrollo y cambio social. Consideró también la necesidad de preparar y mejorar el personal que ha de cumplir estas tareas. Llegó también a la conclusión de que se requiere fortalecer al Centro de Documentación de la Investigación de la Comunicación de CIESPAL, por ser la entidad de vinculación práctica de los investigadores.

VI.— RECOMENDACIONES GENERALES A CIESPAL

1. El Seminario recomendó a CIESPAL la más amplia difusión de las propuestas formuladas para la aplicación de la teoría y métodos de la investigación, de modo tal que se estimule a otros centros de estudio, especialmente a las universidades, para que reorienten su labor en materia de investigación de la comunicación.
2. CIESPAL, a través de sus Asociaciones Nacionales de Ex—becarios, debe organizar equipos interdisciplinarios que sirvan para coordinar los programas de investigación, incorporando en tales equipos, a un representante de la respectiva Comisión Nacional de la UNESCO.
3. CIESPAL debe publicar periódicamente un boletín especializado para promover la investigación, coordinar esta actividad en América Latina, informar de los trabajos que no han podido ser difundidos por otros medios e intercambiar experiencias y metodologías.
4. Que CIESPAL organice periódicamente seminarios y otras reuniones dedicadas a la investigación y a su constante estudio e intercambio de experiencias.

VII.— CONSTANCIA

El Seminario deja expresa constancia de que los investigadores que estuvieron trabajando en la región hicieron aportes relevantes al conocimiento de los problemas de la comunicación, utilizando para ello la metodología que tuvieron a su disposición y les recomienda proseguir en los empeños iniciados buscando nuevas aperturas teóricas y metodológicas para que puedan obtener resultados aún más satisfactorios, compatibles con las necesidades de América Latina.

ESCUELAS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y CRISIS UNIVERSITARIA

Por: FELIX HERNANDEZ MARTIN

Las Escuelas de Ciencias de la Comunicación viven dentro de un mundo en que los sistemas pedagógicos y las estructuras académicas tradicionales son ineficaces y están siendo combatidos por una juventud en creciente rebeldía, que usa métodos de expresión violentos para lograr profundas reformas en la enseñanza superior.

El presente trabajo analiza esta problemática en 6 temas fundamentales: 1.— Objetivos de la enseñanza; 2.— Planes de estudio; 3.— Régimen de enseñanza; 4.— Régimen de promoción; 5.— Investigación y, 6.— Nuevas estructuras.

Todos estos asuntos son considerados a la luz de los propósitos de la educación permanente.

PALABRAS PRELIMINARES

El presente trabajo tiene la pretensión de iniciar, a nivel de especialistas, un debate sobre el funcionamiento actual y futuro de las Escuelas de Ciencias de la Comunicación. Para ello entendemos la necesidad de omitir toda referencia a casos particulares en beneficio de una generalización que facilite la discusión de problemas que afectan a este tipo de enseñanza.

Las Escuelas de Ciencias de la Comunicación viven dentro de una realidad universitaria en un mundo en que los sistemas pedagógicos y las estructuras académicas tradicionales desde años recientes son movidas por la conciencia general de su ineficacia y por una juventud en creciente rebeldía, que usa métodos de expresión violentos para lograr profundas reformas en la enseñanza superior.

¿Qué quieren los estudiantes. Participar del gran cambio social en un mundo que muestra alarmantes insuficiencias. La juventud ha dejado de pronto de mirar a la sociedad como juez; ahora procura actuar como aceleradora del cambio, como protagonista de una dinámica social de desarrollo que aún no tiene métodos ni metas definidas.

Es natural que los estudiantes hayan visto a la universidad como herramienta idónea para sus propósitos: la universidad les abre las puertas del futuro, es el lugar más apto para una discusión amplia. Pero la universidad, en su estructura actual, ha demostrado no adecuarse a las necesidades de los tiempos nuevos. Constituida posiblemente en la institución más conservadora de la sociedad contemporánea, su presencia en el proceso es estática. Claro que tiene un inmenso patrimonio de saber y cultura que conservar, pero no ha asumido, o mejor dicho, no ha sabido asumir la función de innovadora que reclaman los estudiantes; no ha sido capaz de actuar en forma más directa en el proceso de cambio y desarrollo nacional. Se aferra a conceptos didácticos y metodológicos de dudosa eficacia y se empeña en mantener estructuras académicas inertes.

Producidos los graves disturbios estudiantiles de París en mayo-junio de 1968, las universidades parecen haber adoptado una nueva actitud. Se ha iniciado el estudio, desde varias perspectivas, de las causas del descontento, de la violencia de los estudiantes y muchos de los

puntos de irritación han sido detectados en la estructura académica. Ello ha obligado al examen de planes y sistemas de enseñanza en muchos países del mundo, procurándose el hallazgo de soluciones permanentes por medio de un replanteo general de la enseñanza.

Naturalmente, las escuelas universitarias de ciencias de la comunicación no están ajenas al proceso. Sus estudiantes participan por igual con los demás alumnos de la universidad del clima de renovación. Cabe entonces preguntar: ¿Qué cambios se imponen en la estructura y planes de enseñanza de las ciencias de la comunicación? La respuesta constituye un reto a los sujetos activos del proceso educativo: autoridades, profesores, investigadores y estudiantes. Deben surgir nuevas pautas generales, de vigencia latinoamericana, para la enseñanza de las ciencias de la comunicación. Nada más oportuno que iniciar la discusión en este Encuentro de San Juan, patria del más grande educador de América: Domingo Faustino Sarmiento.

LA CRISIS UNIVERSITARIA

Para comprender cabalmente el grave proceso de crisis de la universidad, que en nuestro caso latinoamericano asume características especiales, es imprescindible trazar una rápida síntesis de sus aspectos fundamentales.

En primer lugar, la universidad afronta un crecimiento sin precedentes en su matrícula, para el que no estaba preparada. El promedio mundial indica que se ha duplicado en la década del 60 y sin duda alguna volverá a duplicarse en la presente década. Las universidades de México y Buenos Aires, por ejemplo, tienen en la actualidad, cada una de ellas, más de 100.000 estudiantes. Muchas otras van en camino de alcanzar estos guarismos. Algunos países han pretendido poner un dique a esta marea estudiantil por medio de la selección, pero el intento ha fracasado por la vigorosa oposición social combinada con la violenta reacción de los estudiantes a quienes se ha pretendido negar el acceso a la universidad.

La superpoblación estudiantil origina a su vez, aunque no exclusivamente, otro grave problema que las universidades no han sido capaces de prepararse en el plano de las ideas ni en el plano administrativo; la escasez de personal docente y de recursos financieros para

afrontar la nueva realidad. Los presupuestos de las universidades son harto insuficientes no solamente por los gastos naturales del extraordinario crecimiento vegetativo, sino por los gastos que demanda el mantenimiento de viejos esquemas educativos inúltimamente costosos. Pese a que los presupuestos se han elevado geométricamente, en los últimos diez años no ha mejorado apreciablemente la productividad en número de graduados, agravado este hecho por un creciente aumento del costo por estudiante. Es una situación casi insopitable para muchos países en que el tesoro público financia con exclusividad el funcionamiento de las universidades.

Pero si bien es fuerte la protesta estudiantil en lo que se refiere a las insuficiencias presupuestarias, que se traducen para ellos en edificios incómodos, falta de equipos y profesores para la enseñanza y disminución de la calidad pedagógica, no es menor la que se origina en la falta de disposición de las universidades para renovar su currículum y los métodos de enseñanza.

Las universidades de América Latina tradicionalmente han centrado su actividad académica en la enseñanza del derecho, la medicina y las letras (actualmente en la Argentina las ciencias económicas) y no parecen adaptarse a las nuevas exigencias de los estudiantes, que reclaman la creación de nuevas carreras adaptadas a las necesidades del proceso de desarrollo nacional. La universidad, sostienen los estudiantes (y hoy nadie lo duda), debe estar al servicio de los intereses nacionales y, en segundo lugar, de los intereses regionales, en este caso de América Latina.

Pero mucho más que el currículum se cuestiona la eficacia de los planes de estudio, el régimen de promoción, la relación profesor alumno, los métodos de enseñanza. La universidad debe buscar un equilibrio entre los estudios teóricos y aplicados. El estudiante que egresa quiere dejar de ser un profesional a medias que debe completar empíricamente su preparación sin que la universidad le haya dado los instrumentos indispensables para hacerlo.

Sin embargo, hay otras situaciones aún más explosivas dentro del ámbito de la universidad. Una de ellas, la cólera de los estudiantes contra la estructura de la sociedad actual, de la que la universidad constituye una parte cada vez más importante. No es de extrañar, entonces, que mientras la universidad trata de resolver sus problemas

específicos considere muy difíciles de satisfacer las nuevas preocupaciones sociales de los estudiantes. Vietnam, la pobreza, el hambre en el mundo, la lucha contra los imperialismos, la necesidad de cambio y desarrollo nacional, son temas de particular preocupación para los estudiantes. Si éstos hubiesen aceptado que la universidad fuera terreno neutral para debatir esos importantes problemas, la situación no sería tan compleja. Pero, al identificarse la universidad con la estructura social que la mantiene, que a juicio de los estudiantes genera la injusticia, se convierte inevitablemente en un instrumento de oposición para los reclamos. Por ello los países que tienen mayores problemas con sus universidades son aquellos que experimentan más profundas divisiones de ideologías y de programas sociales. Este problema, de extrema complejidad, tiene un cariz eminentemente político.

Expuesta de manera suscinta la grave crisis en que se debate la universidad de nuestros días, es evidente la necesidad de introducir profundas reformas de carácter estructural y metodológico que forzosamente deben emanar de un nuevo enfoque general de la enseñanza superior. Las escuelas universitarias de ciencias de la comunicación deben prepararse para ello. Localicemos sus fallas estructurales, sus insuficiencias pedagógicas, sus defectos metodológicos con espíritu constructivo. Procuremos señalar el derrotero de su perfeccionamiento: es una tarea en la que todos estamos comprometidos.

FALLAS ESTRUCTURALES Y METODOLOGICAS

Tradicionalmente se consideraba que el hombre cumplía dos etapas en su vida: la de la preparación y la de la acción. La primera etapa era la de la educación, la del aprendizaje de una profesión u oficio y la siguiente la del trabajo. Hoy este concepto ha cambiado fundamentalmente. Cada época que vivimos presenta la doble característica de ser al mismo tiempo una fase original e insustituible y una preparación para otras fases posteriores. Esta es la piedra basal de la educación permanente.

El hecho de que el ser humano pase durante su vida por un proceso de educación ininterrumpido significa inevitablemente que la educación debe ser replanteada. En la perspectiva actual la función de la enseñanza es activar lo más eficazmente posible el período previo

a la verdadera educación. En su sentido pleno ésta comienza más allá de la época de la universidad, cuando el hombre se convierte en sujeto de su propia educación y posee las motivaciones necesarias para continuar instruyéndose y formándose. El hombre es, desde este punto de vista, autodidacta por excelencia.

Entonces la educación universitaria, lejos de constituir lo esencial del trabajo de adquisición de conocimientos, se transforma en una especie de preludio. Por ejemplo, actualmente se considera que se trata menos de enseñar determinadas materias que de facilitar instrumentos de expresión y comunicación que el estudiante va a necesitar en toda su vida. Habrá que hacer hincapié en el dominio del lenguaje, en el desenvolvimiento de la capacidad de atención y de observación, en la aptitud para documentarse y en el hábito del trabajo en equipo.

De formular este planteo inicial surge la evidencia de que buena parte del problema educativo es un problema de comunicación. Si partimos de la teoría de Francesco Fattorello por la que la educación, el aprendizaje, es un proceso de información no contingente, podemos suponer, con fundado optimismo, que las escuelas de ciencias de la comunicación se hallan en buena posición para el examen y solución de sus problemas.

Las escuelas tienen problemas perfectamente caracterizados, unos con posibilidades de solución interna y otros de solución universitaria. Lamentablemente el status actual de las escuelas, que en casi todas partes no ha sobrepasado de la categoría de escuelas superiores o departamentos de facultad, les reduce considerablemente su poder de decisión. Su evolución dependerá en buena medida de cómo las facultades resuelvan sus problemas. Sin embargo, las escuelas pueden aportar soluciones, vigentes para otras carreras de la universidad.

Dividamos nuestra problemática en 6 temas fundamentales:

- 1.—Objetivos de la enseñanza
- 2.—Planes de estudio
- 3.—Régimen de enseñanza
- 4.—Régimen de promoción
- 5.—Investigación
- 6.—Nuevas estructuras.

Los consideraremos a la luz de los propósitos de la educación permanente.

1.— Objetivos de la enseñanza: Esencialmente han existido hasta hoy dos metas, que marcan, cada una de ellas, una época en la evolución de las escuelas. Antes de la aparición de las ciencias de la comunicación en los planes de estudio, se pretendía formar periodistas conscientes de su profesión, con un nivel de preparación técnica y cultural que les permitiera ocupar un puesto en las redacciones de los medios de comunicación y desempeñarlo eficazmente. Adquirido el nivel universitario, las escuelas incluyen en sus objetivos nuevos propósitos, además de los ya señalados; impartir a los estudiantes los conocimientos que les permitan comprender el proceso y los efectos de la comunicación y cubrir la carencia de profesores especialmente preparados para la enseñanza de las ciencias de la comunicación mediante la formación de docentes especializados.

Estos objetivos, trazados en apretada síntesis, ¿son suficientes en la actualidad? ¿Se ha tenido en cuenta que toda enseñanza debe tener metas basadas en las condiciones de vida del futuro y no las que rigen al presente? ¿Qué se intenta formar? ¿Un agente cultural (Dumazedier), un agente partidario (Khachaturov) o un agente de cambio social y desarrollo? ¿Qué estrategias cognoscitivas se han previsto para convertir a los estudiantes en autodidactas y buenos pensadores críticos? ¿Tienen en cuenta al estudiante como hombre? ¿Procuran el desarrollo de sus cualidades de observación, de análisis, de comunicación? ¿Tienen en cuenta las necesidades del desarrollo nacional? ¿Tienen en cuenta el mercado ocupacional y las posibilidades potenciales? ¿Qué participación han tenido los estudiantes en el enunciado de metas?

Esta última pregunta tal vez contenga el quid del problema. Es esencial en el nivel universitario, el respeto del derecho de los estudiantes a intervenir en la planificación de la política de las escuelas, a participar de la organización de estudios, a emitir juicios sobre los métodos pedagógicos, sobre los contenidos y objetivos de la enseñanza. No hacerlo equivale a ignorar la presencia estudiantil en el proceso educativo.

2.— Planes de estudio: Las escuelas tienden a nivelar los conocimientos que imparten a los estudiantes y de allí juzgar el resultado. Al parecer no se toma en cuenta que hay alumnos con dotes super-

riores al promedio y alumnos con mayores inquietudes que otros para extender el horizonte de su conocimiento de las ciencias de la comunicación como en otras disciplinas. Estos últimos por lo general leen textos de doctrinas políticas y económicas, de psicología experimental y de sociología, procurando ampliar por sí mismos el marco de referencia que poseen en la problemática de las ciencias de la comunicación. Algunos prestan especial atención al dominio de la técnica, otros a los métodos de persuasión, otros, en fin, prestan todo su interés a la metodología de la investigación. Todos cursan el mismo plan de estudios y con ese mismo plan egresan alumnos más preparados que otros para emprender el camino de la profesión elegida y con mejores posibilidades de perfeccionamiento autodidáctico.

Surgen entonces varias interrogantes: Las escuelas prevén en sus planes de estudio la dirección hacia distintas especialidades por medio de un abanico de materias optativas? O simplemente procuran formar periodistas para medios escritos y audiovisuales, para trabajar en publicidad, para enseñar e investigar en ciencias de la comunicación, para ser comunicadores en un proceso de desarrollo nacional y para varias otras actividades mediante un plan rígido, único y obligatorio? No se trata aquí de formular planes con sentido imitativo de lo ya hecho en otras partes, sino tratar de diseñar algo nuevo, encuadrado dentro de ambiciosos objetivos. ¿Qué determina la eficacia de un plan de estudios? ¿Qué pautas se utilizan para medirla? ¿Es conveniente enseñar primero periodismo y luego ciencias de la comunicación o viceversa, o ambas cosas simultáneamente? ¿No sería conveniente establecer tres direcciones fundamentales en los planes de estudio, considerando que el ejercicio profesional en los medios, la docencia y la investigación son tres cosas distintas? ¿Por qué mantener el sentido enciclopedista de los planes de estudio? ¿Qué materias serían comunes y cuáles serían diferenciales? ¿Qué ordenamiento metodológico habría que introducir para darle sentido de educación permanente? Y una última pregunta: ¿Qué razón existe para que la base del aprendizaje técnico sea el periodismo escrito y no las técnicas de otros medios?

Es fácil advertir que el problema de los planes de estudio resulta en extremo complejo y que requeriría, inclusive, su elaboración por equipos interdisciplinarios de especialistas con la debida participación estudiantil.

3.— Régimen de enseñanza: Actualmente las escuelas de cien-

cias de la comunicación funcionan en base a la clase magistral, con régimen de trabajos prácticos en las cátedras. Depende de las características de enseñanza de cada universidad, pero hay constantes muy generales. Detengámonos un instante en este esquema. La universidad, en el convencimiento de que su misión consiste en transmitir conocimientos, ha adoptado desde hace siglos el sistema de la clase magistral. El profesor expone lo que sabe y un grupo de estudiantes asiste pasivamente o tomando apuntes a la exposición, tratando de recordar lo que el profesor dijo. ¿Es ésta la forma adecuada de enseñar? Los estudiantes exigen cada vez con mayor energía que los profesores los ayuden a ser hombres capaces de ubicarse en un mundo cada día más complejo, pero el profesor, por regla general, no ha sido preparado para responder a esta demanda. Ha sido seleccionado en concurso, en el mejor de los casos, como hombre poseedor de una suma de conocimientos sobre determinada materia y no por sus aptitudes docentes. En estas condiciones su labor puede ser alienante.

Gustavo Cirigliano comenta con agudeza: "Veamos desde un ángulo crítico, cuál es la tarea del educador. Digamos que su tarea consiste en introducir al alumno en una terminología o lenguaje alienante. El lenguaje que debe aprender (y que pertenece al campo del profesor y por tanto de la institución) es el medio de alienación. En cuanto lo aprenda (el estudiante), termina por pensar con las categorías de la institución (la universidad). Y si no lo aprende, nunca podrá dar un examen y menos obtener un diploma. En esa "jerga" que ha de aprender, en esa jerga que oculta la realidad, está la fuerza, el poder del profesor que puede exigirla, rígidamente, atribuyéndola a razones objetivas o científicas".

Y agrega Cirigliano: "Sí, los profesores alienamos; esa parece ser nuestra tarea, lo cual es opuesto a la tarea de liberar y de formar y desarrollar que es la que suponemos que estamos haciendo. Esa capacidad, ese poder de enajenar de los profesores, proviene de la misma naturaleza de su preparación profesional; lo que saben lo saben de los libros y en virtud de la posesión de un lenguaje exótico. Que eso tenga alguna relación con la realidad, es otra historia. Por eso, con agudeza, se puede leer en un libro dedicado a los alumnos del colegio secundario, para alertarlos críticamente: "Muchos profesores no tienen ningún conocimiento concreto de las realidades que te enseñan. Todo lo que ellos saben lo han aprendido en los libros, razón por la cual ignoran todo respecto al mundo que los rodea. La mayor parte de los

profesores han sido educados y formados en una época en que el mundo era muy diferente a lo que es hoy" (Universidad y Proyecto Nacional. Ed. Universidad Nacional de Tucumán, 1971).

Resulta evidente que el papel del profesor debe consistir en enseñar a aprender, a entresacar información, a investigar, a ayudar a los estudiantes a convertirse en autodidactas. Por eso, en gran medida, el profesor debe ser de espíritu autodidáctico. El profesor debe convertirse en animador de un grupo de estudiantes, trascender el grupo de la cátedra para reflejarla y movilizarla. Debe suponer que los instrumentos de comunicación con sus alumnos existen en estado implícito y que esperan para manifestarse los efectos reveladores. Debe provocar la comunicación recíproca en alto grado y con ingredientes dinámicos llamar a la existencia a sus alumnos, enseñarlos a ser.

Al convertirse en animador, el profesor asume la totalidad de la maestría educativa. Accede al mismo tiempo al contacto con los otros profesores. Su cátedra deja de ser el compartimiento estanco de un plan de estudios. El que practica la pedagogía de grupo se forma a sí mismo para el trabajo de equipo. Se abre también a la comunicación y correlativamente enseña a sus alumnos a comunicar, lo que constituye un objetivo hoy ausente de las preocupaciones docentes.

Pero hay otros aspectos del régimen de enseñanza universitario que ha sido poco analizado. Cada cátedra se compone de un profesor titular, un adjunto, uno o más asociados, y un número indeterminado de jefes de trabajos prácticos y ayudantes. ¿Por qué mantener esta estructura? ¿No sería más razonable que hubiera un profesor titular con las atribuciones de jefe de cátedra y que todo el restante personal docente estuviera compuesto de profesores a cargo de un determinado número de alumnos? Los ayudantes diplomados y los jefes de trabajos prácticos tienen la misma preparación docente que los profesores y pueden desempeñarse cómodamente en esas funciones. Demos un ejemplo: si una universidad cuenta con 3.000 docentes y 30.000 alumnos, cada docente podría enseñar a 10 alumnos, solucionándose con ello el problema de horarios y el hecho frecuente de que los alumnos son sólo un nombre puesto en la lista de exámenes. Las universidades deben exigir a los profesores el cumplimiento de pautas pedagógicas que aseguren el propósito de formar al estudiante como hombre, como ciudadano, como sujeto promotor del desarrollo nacional.

Las escuelas de ciencias de la comunicación, como organismos nuevos en la estructura universitaria, están en condiciones de encarar, a modo de ensayo, una verdadera revolución en el régimen de enseñanza. ¿Por qué no constituir a las cátedras en grupos operativos de estructura dinámica? ¿Por qué no limitar a un reducido número los estudiantes a cargo de cada profesor? ¿Por qué no institucionalizar el desarrollo de las facultades de observación, razonamiento y comunicación de los estudiantes? ¿No debiera prohibirse el programa de cátedras rígido, sin posibilidad de corrección y ajustes ante todo nuevo descubrimiento o innovación? ¿Por qué las cátedras no funcionan de acuerdo con técnicas de grupo dinámicas, dirigidas a la educación permanente?

4.— El régimen de promoción: La sociedad latinoamericana ha creado una jerarquización social a la que se accede por muy pocos canales. Uno de ellos, institucionalizado, es la universidad. Convertida en otorgante de títulos que tienen, dentro de ese contexto social, el carácter de puerta hacia el ascenso, la universidad se ha transformado en una herramienta de selección. El título universitario, no importa la calidad intelectual de quien lo posea, constituye, en cierto modo, un título de prestigio social reemplazante del título de nobleza. En este esquema social la universidad es la encargada de regular, con distintas vallas, el acceso a la obtención del título académico. Tal vez la más importante de estas vallas sea el examen individual, una vieja formalidad que no significa nada en absoluto en la cualificación del estudiante y que, en cambio, constituye una fuente inagotable de agudos problemas.

Actualmente el estudiante atiborra su memoria con conocimientos o nociones que nada significan para su personalidad y estructura mental y que, por lo general, olvida rápidamente. Sólo debe recordarlos en el momento del examen como condición indispensable para que la universidad le permita seguir su carrera hacia el título. El estudio en pugna con su selectividad natural abruma al estudiante. Su mente se desprende con rapidez de eso que no encuadra en su esquema individual y con frecuencia olvida en el momento del examen lo que le había costado tanto trabajo memorizar. Los servicios médicos de las universidades conocen muy bien el problema del “stress” del examen en épocas de fin de cursos. Reconozcamos lealmente que muchas veces la suerte del estudiante depende de la bolilla que extrajo o de la pregunta que le formule el tribunal examinador, o peor aún, del buen o mal humor de quienes lo examinan.

Muchas voces calificadas se han alzado contra el viejo sistema de exámenes en la universidad. Edgar Faure ha sido categórico: "Yo soy enemigo resuelto de la "llave de paso". No tenemos derecho a privar a los hombres del derecho de comprender. Los exámenes están hechos para reducir el número de estudiantes, para hacer que los hombres se hastíen de la enseñanza, de la educación. Qué falta de sentido! La educación no es una prueba olímpica. Soy totalmente enemigo de este sistema pedagógico, construido especialmente para una minoría. Los exámenes individuales tienen menos utilidad que los trabajos colectivos, los cuales valen para que los más dotados lleven del brazo a los demás. Cuando los estudiantes dicen: "juzgadnos en conjunto" tienen razón. Es necesario que la cultura deje de ser eliminatoria" (Le Figaro Literaire, 3 de noviembre de 1968).

Bien: convengamos que el régimen de promoción por exámenes individuales es anticuado, que no asegura nivel alguno de formación. ¿Qué métodos o sistemas debieran emplear las escuelas de ciencias de la comunicación para evaluar los progresos de sus alumnos? ¿Mediante el trabajo de grupos, calificando de acuerdo con el resultado del trabajo? ¿Mediante seminarios? ¿Por paneles y plenarios? Las escuelas deben hallar la respuesta a este problema, tal vez el más conflictivo del ambiente universitario.

5.— Investigación: En nuestra época es fundamental la necesidad de una estrecha relación dentro de la universidad entre la formación y la investigación. Es en la universidad donde se debe llevar a cabo casi toda la investigación pura o fundamental, cuyo descuido y abandono conduce rápidamente a la muerte de la investigación aplicada.

Lamentablemente en nuestras escuelas de ciencias de la comunicación no se realiza investigación fundamental de trascendencia. Las cátedras, incluyendo las específicas de investigación, salen del paso con la enseñanza de métodos y su aplicación en algún tema de fácil evaluación para la práctica de los estudiantes. Tanto es así que las cátedras no se preocupan de publicar o hacer conocer a otros establecimientos similares sus investigaciones y los métodos empleados.

¿Qué temas de investigación pura realizados en las escuelas universitarias de ciencias de la comunicación han constituido un aporte positivo para el estudio de esas ciencias en nuestros países? Habrá algunos, pero no los conocemos. Más probable es que no haya ninguno.

¿Cómo podemos entonces en algún modo pensar en investigación aplicada sin las bases de la investigación fundamental? ¿Qué escuelas han emprendido investigaciones puras a nivel de innovación o confirmación de otras realizadas en países desarrollados.? Se han planificado investigaciones a nivel interuniversitario sobre ciencias de la comunicación en algún país o región de América Latina? El panorama es desolador en este aspecto. No comprendemos por qué debemos seguir perdiendo terreno, designarnos a la dependencia de lo que hagan en los países desarrollados, sin por lo menos confirmar o verificar sus investigaciones en los nuestros. ¿Cómo podemos aspirar al desarrollo de nuestros países sin investigación fundamental y aplicada? Ignoran las escuelas universitarias de ciencias de la comunicación que los planes de cambio y desarrollo se basan en buena medida en técnicas de comunicación? Hasta el presente ni siquiera tenemos programas concretos para la formación de investigadores de la comunicación.

6.— Nuevas estructuras: Los cambios en las escuelas no serían completos sin la creación de departamentos de graduados con estructura estable para estudios generales y de investigación. El problema de la actualización de graduados en base de la información quedaría solucionado de esta manera. El graduado podría asimismo brindar su experiencia de autoeducación y participar de estudios e investigaciones en elevado nivel.

También sería necesaria la elaboración de un plan de equivalencias para facilitar el pase de estudiantes de una a otra escuela dentro del ámbito nacional y latinoamericano.

Por último debe arbitrarse un mecanismo que facilite el intercambio de profesores e investigadores y la institucionalización de cursos internacionales de verano para graduados.

PROPUESTA

Por lo expuesto precedentemente, proponemos:

1º— Realizar un examen exhaustivo de las estructuras, planes de estudio, sistemas didácticos y principios metodológicos que rigen el funcionamiento de las escuelas universitarias de ciencias de la comunicación, para adecuarlas a los postulados de la educación permanente.

te y a los requerimientos del desarrollo nacional y latinoamericano, que estaría a cargo de grupos de trabajo constituidos por directivos, profesores, investigadores y estudiantes.

2º— La conveniencia de introducir reformas en las metas educativas, los planes de estudio, los métodos de enseñanza y el régimen de promoción actualmente vigente.

3º— Considerar a este respecto inconvenientes la selección de aspirantes, el régimen de exámenes individuales, el sistema de clases magistrales, la bibliografía sin selección de actualización, los planes de estudio con multiplicidad de objetivos fundamentales, los grupos de trabajo que superen la cantidad de 12 alumnos, la planificación sin participación estudiantil, la docencia sin especialización pedagógica y la ausencia del propósito específico de propiciar el desarrollo de la personalidad del estudiante y sus facultades de comunicación, investigación, estudio y percepción dirigidas a la autoeducación.

4º— La constitución de una asamblea a nivel latinoamericano organizada por CIESPAL para establecer el cuerpo de iniciativas que se aconsejarán a las escuelas universitarias de ciencias de la comunicación. Esta asamblea estará integrada por directivos, profesores, investigadores y estudiantes latinoamericanos.

5º— Las reuniones propuestas serán propicias para elaborar las bases de acuerdos y prioridades interuniversitarios y regionales de investigación fundamental y aplicada.

La Plata, junio de 1973.

LA ENSEÑANZA DE PSICOLOGIA EN CIENCIA DE LA COMUNICACION

Por: ALBERTO S. ASCOLANI
Profesor argentino de comunicación
ex—becario de CIESPAL.

Respecto a la psicología que se enseña, hay dos tipos de problemas: a) los contenidos se hallan centrados en el nivel de la psicología general, sin un pasaje adecuado a niveles interactivos y, b) se utilizan modelos teóricos no integrables con el hecho específico de la comunicación.

Además, en este trabajo se plantea sólo un primer esbozo que permite llegar a una integración de conceptos, rompiendo la discontinuidad en el tratamiento de los distintos niveles de la comunicación humana, cuya unidad puede surgir de la aplicación de un modelo informacional.

Luego se indica la necesidad de un enfoque epistemológico previo para la psicología, pero que debería ampliarse a todas las disciplinas estudiadas en estas carreras, para alcanzar un mayor rigor en su estudio e investigación.

INTRODUCCION

La enseñanza de psicología es normal en las carreras de Ciencias de la Comunicación, pero dado el énfasis puesto en el nivel de la comunicación colectiva, no siempre se integra en forma adecuada.

El estudio de dicha comunicación, con sus características de unidireccional, pública e indirecta, hace que no siempre se tengan en cuenta los demás niveles y su interrelación recíproca, con la consecuente pérdida de consistencia del conocimiento obtenido.

A su vez, respecto a la psicología que se enseña, encontramos dos tipos de problemas: 1) los contenidos se hallan centrados en el nivel de la psicología general, sin un pasaje adecuado a niveles interactivos; 2) se utilizan modelos teóricos no integrables con el hecho específico de la comunicación.

Este trabajo pretende, a través de un examen de la situación actual, plantear solo un primer esbozo que permita llegar a una integración de conceptos, rompiendo la discontinuidad en el tratamiento de los distintos niveles de la comunicación humana.

Esa unidad puede surgir de la aplicación de un modelo informational, incluso en los niveles intrapersonal o bipersonal, que hasta el momento no ha sido casi utilizado.

También plantearemos la necesidad de un enfoque epistemológico previo para la psicología, pero que debería ampliarse a todas las disciplinas estudiadas en estas carreras, para alcanzar un mayor rigor en su estudio e investigación.

Deseamos expresar nuestro agradecimiento a Eugenio Castelli, por el constante apoyo que ha brindado a nuestras tareas y en especial a ésta.

I. OBJETIVO DE LAS CARRERAS

Está centrado, en su mayor medida, en la comunicación humana, directa o mediatisada por canales técnicos, que configuran distintas situaciones en relación a los componentes, amplitud y factores de tiempo y espacio, participantes en todo proceso de comunicación.

Así, la comunicación humana puede ser estudiada en varios niveles: intrapersonal, bipersonal, grupal, social.

En la práctica, cada uno de estos niveles se expresa en multitud de formas de significaciones distintas, de acuerdo con la índole del sistema que se establezca. En cada nivel podemos encontrar un procesamiento de la información fluido, normal o distorsionado.

En el nivel intrapersonal se da la comunicación del individuo consigo mismo, con su cuerpo, con su mundo psicológico, en sus distintos grados de profundidad.

En el nivel bipersonal, múltiples sistemas de relación como las de periodista-entrevistado, terapeuta-paciente, jefe-subordinado, trabajador-trabajador, esposa-esposo, etc.

En el nivel grupal, a través de la discriminación entre grupos formales e informales, las diferentes situaciones que presentan según sus objetivos, métodos para lograrlos, tamaño. Desde los pequeños grupos hasta aquellos formalizados, que poseen sede, instalaciones, materiales técnicos y que llamamos instituciones.

Por fin en el nivel social, nos encontramos con los grandes grupos comunicados por medios técnicos.

Es objetivo fundamental del comunicador como del investigador en comunicación, poder visualizar y comprender, en cada nivel, estos distintos sistemas y relaciones, la dinámica particular de cada uno y, por fin, saber cómo deben actuar para que el trabajo sea eficiente.

II. EL APORTE DE LA PSICOLOGIA

Para llegar a situar el objeto de la psicología, digamos que considera al hombre como un todo, constituyendo un todo con entorno. Ello significa que tiene en cuenta su psiquismo y su integración con su cuerpo, su mundo físico, social, histórico y de valores (1), sucesivas estructuras que lo desconcentran y en la que a su vez halla su sentido.

Investiga la estructura de lo psíquico tratando de comprender con ello el sentido de la conducta humana, en tanto determinada por una dimensión inconsciente, reconocida por la propia conciencia y por los otros, pero desconocida en su realidad.

Conducta, en nuestro concepto, difiere de la acepción clásica introducida por el behaviorismo (2). Por ello no consideramos la conducta sólo como lo observable desde el exterior y reducible, en último término, a la significación de sistemas de hábitos y reflejos.

Podríamos concebirla como la totalidad de las manifestaciones mentales, fisiológicas, expresivas, verbales, incluidos ciertos productos de la actividad (3). Pero lo esencial es tener en claro que la conducta constituye sólo un medio para llegar a lo que le da sentido.

En razón de ello, referimos dicho concepto a una construcción hipotética de mayor amplitud, que nos permitirá comprender la significación e integración de la totalidad de las conductas de cada individuo, el sistema de la personalidad.

Podríamos definirla, tal como lo hace J. C. Filloux, como “la configuración dinámica y única que toma, en el transcurso de la historia de un individuo, el conjunto de los sistemas responsables de su conducta” (4).

Esta definición es preferible a la de G. Allport, más conocida, pero criticable, por su énfasis en el “ajuste” del individuo a su ambiente, un término que, en el contexto de la psicología americana, implica una contaminación ideológica sumado a la ineptitud del concepto para abarcar toda la significación de la conducta (5).

Además, la personalidad puede considerarse como un sistema total, intra e intercomunicado en la estructura del entorno, a través de la conducta. En este sentido, podemos asimilar este término a comunicación (6).

De ahí que, en los estudios de la comunicación, resulte pertinente incluir el aporte de la psicología, para cubrir desde su ángulo, los niveles antes mencionados: psicología general de la personalidad para los niveles intra y bipersonal y psicología social para el nivel de los pequeños grupos y de las instituciones.

El nivel socio cultural, en el que se integran los anteriores, es atributo más específico de disciplinas como la sociología y la antropología, pero que sin el aporte que proponemos, quedan en planteos difícilmente integrables a la realidad.

En el presente trabajo nos centraremos en los dos primeros niveles, menos desarrollados en los estudios.

III. ESTADO ACTUAL DE LAS CARRERAS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

En las carreras donde se dicta psicología, es frecuente encontrar que no se realiza una profundización suficiente en relación a los planteos teóricos generales y problemas metodológicos. Respecto al tema de la personalidad, no suelen aplicarse modelos informacionales.

En relación a los temas generales hemos hallado varios enfoques predominantes, posibles de ubicar dentro de los moldes de la psicología clásica:

1.— Psicología de las facultades, con su división tripartita en pensamiento, voluntad y afectividad, según la tradición racionalista.

2.— Psicología como ciencia de la conciencia, según la tradición empirista, enriquecida en algunos casos, por los aportes de autores como W. James (pragmatismo americano).

3.— Menos frecuente y a menudo relacionada por oposición a la anterior, la psicología como ciencia de la conducta, según la tradición watsoriana.

4.— Los aportes del psicoanálisis ortodoxo se encuentran también a menudo. Pero con ser importantes, resultan incompletos, porque no se extienden a los desarrollos posteriores y especialmente al estudio de la evolución de la personalidad y a los tipos de carácter, problema que plantearemos en el punto siguiente.

En el estudio de la personalidad y tipologías, quizás la temática más importante en un primer nivel, a los efectos de los objetivos de las carreras, hemos podido observar varios casos:

1.— Utilización de teorías elementalistas reductoras clásicas, tales como la de Kretschmer (7) o de Le Senne (8). Esta última como una aplicación actualizada de la tipología hipocrática.

2.— Desarrollos contemporáneos de las anteriores, como los trabajos de Sheldon (9), pero que tienen las mismas deficiencias, encubiertas con un barniz metodológico riguroso.

3.— Teorías que utilizan modelos estructurales energéticos. Las dos principales son:

a) Tipología de C. Jung (10). Este autor propone dos niveles tipológicos: tipos de actitud (introvertido y extravertido); tipos de función (según primen las funciones: reflexiva, sentimental, intuitiva o sensitiva).

Combinando actitud y función se llega a una gama de ocho tipos que resulta de cierta utilidad, en tanto se refiere a maneras posibles de intra e intercomunicación. La insuficiencia del modelo limita sus posibilidades.

b) Aportes de S. Freud y continuadores. Normalmente, como ya anticipamos, la inclusión del aporte psicoanalítico se reduce al estudio de sus conceptos básicos más conocidos y no llegan a abarcar aquellos que, para las necesidades de estas carreras, resultan más operativos, tales como los relacionados con la caracterología.

Si bien Freud no desarrolla sistemáticamente esta temática, plantó sus bases en trabajos específicos (11) y en otros que tenían distinto objetivo.

Para algunos discípulos, especialmente C. Abraham (12) y W. Reich (13) quienes completaron su trabajo. Estos autores aportan datos útiles a nuestro interés, pues dan cuenta del fenómeno de la comunicación en distintos tipos de personas, aún cuando aparecen en forma implícita o designado con conceptos inadecuados (fuerzas, impulsos, catexias, etc.). En la parte final nos referiremos a intentos de integración de estos desarrollos con los de la teoría de la comunicación.

Con relación al nivel de la comunicación grupal, por su índole misma y por la existencia de aportes más actualizados y difundidos, el problema es menor. Sin embargo es necesario profundizar la aplicación de modelos de información, especialmente lo referido a los niveles explícitos e implícitos de la comunicación grupal.

Génesis del problema: Esta breve revisión nos muestra la necesidad de actualizar contenidos, pues de otra manera, la psicología permanecerá en un nivel poco operativo.

La génesis del problema tiene como punto de partida el origen de las carreras montadas e impulsadas, en la mayoría de los casos por “prácticos”. Cuando se implantó esta disciplina en los planes de estudio, la enseñanza a un empirismo un poco estéril y a una falta de integración de los conocimientos impartidos.

Por otro lado, esta dificultad se plantea también en las materias técnicas instrumentales, asumidas por gente de “experiencia”, pero sin formación teórica suficiente.

IV. LAS NECESIDADES ACTUALES

En estos momentos se plantea entonces la necesidad de adecuar lo teórico metodológico al objetivo de las carreras en sus dos niveles; 1. formación de comunicadores; 2. formación de investigadores.

Hablamos de dos niveles de un mismo proceso, queriendo significar la unidad que la formación debe poseer, aún cuando en la práctica se enfatice una y otra tarea. En este terreno no caben extremos, tanto el comunicador como “práctico” y el investigador “puro”, terminan en una “pura alienación” (14).

Por ello si bien nuestro objetivo es llegar a un replanteo con respecto a la enseñanza de la psicología, debemos tener en cuenta dos pasos previos que comprenden el estudio de los alcances de la teoría científica y del estado actual de la teoría de la comunicación. Dichos pasos pueden estar integrados en un mismo desarrollo.

De hecho, creemos sería muy saludable para la elevación del nivel de los estudios y de las investigaciones que, en especial el primer paso, se diera con suficiente amplitud como para servir de base a una actitud y a un proceder, tanto en los estudiantes como en los profesores e investigadores. Este problema, cuando ha llegado a plantearse, ha suscitado muchas discusiones sobre si debe plantearse al comienzo o al final de las carreras. Quizás sea una falsa dicotomía, pues en todo caso podría darse el principio para crear una actitud y al final para profundizar en el significado del conocimiento en cada disciplina.

En este trabajo, dada su limitación, se hace un esbozo general de dichos planteos previos, que en el futuro deberán ser reelaborados, dado que ya advertimos ciertas deficiencias que en este momento no podemos superar.

TEORIA CIENTIFICA

En toda tarea que quiera calificarse de rigurosa se necesita un bagaje teórico que pueda integrarse paulatinamente y enriquecerse con los aportes de las investigaciones que nos traen datos de la realidad. A su vez, debe poder revertir sobre la realidad para profundizarla y cambiarla (15).

Este logro depende, en primer término, del estudio y esclarecimiento de la relación entre la ciencia y la ideología.

En las ciencias sociales en general, como en psicología y en comunicación, es necesario realizar esta primera discriminación, pues la contaminación ideológica de conceptos no explicitados han planteado muchas trabas al desarrollo del conocimiento.

Durante mucho tiempo imperaron las premisas de la “ética de la neutralidad” y de la “ciencia no ideológica”, merced a las cuales se pretendió afirmar y aumentar el rigor de las postulaciones. Sin embargo, en la medida en que esa “neutralidad” no se basó en una explícitación de las relaciones entre el quehacer científico y lo ideológico, se cayó en lo que se quería negar, con el agravante de que se defendía así una clara ideología del “no cambio” (16).

Y lo ideológico, en el campo de las comunicaciones, no es una entelequia, sino que constituye la expresión del sistema de producción de los mensajes, que constituyen mercancías, productos para la venta. Estos factores han condicionado los estudios, la investigación y consecuentemente las conceptualizaciones.

EL PROBLEMA DE LA TEORIA Y DE LA PRACTICA

Lo anterior implicó una escisión grave en el contenido y en el sentido de la producción científica, un abismo creado entre la teoría y las investigaciones (17) o entre la teoría y los problemas sociales (18). Los

teóricos construyeron muchas elaboraciones totalmente desvinculadas de la realidad y los investigadores realizaron muchos estudios que finalizaron en un empirismo estéril, con un manejo de datos muy controlados, pero cuyas implicaciones para la teoría se ignoran.

Existen muchas investigaciones sobre opiniones, actitudes, etc., y en comunicación, las investigaciones sobre utilización de medios han intentado interrelacionar variables psicológicas, tales como la "empatía", emparentada con conceptos tales como adaptación y que, aún cuando se haga la salvedad de que se trabaja en estudios exploratorios, requerirían un examen más profundo (19). Lo mismo ocurre con los conceptos sobre cambio social que suelen identificarse con "modernización" (20).

En centros importantes por sus posibilidades, como CIESPAL debería plantearse esta problemática e integrar en ella los aportes de trabajos que ya se vienen realizando con metodología estadística (encuestas, análisis morfológico y de contenido), que por sí solos resultan poco útiles para el desarrollo teórico y para los fines prácticos.

Existen ya trabajos de integración teórica y de investigaciones, especialmente en la línea del estructuralismo, fundamentales para la profundización de dicha problemática y que a efectos de nuestro interés, nos permiten captar en una nueva perspectiva, las relaciones entre psicología, comunicación y la realidad de América Latina.

En este sentido es importante señalar las investigaciones de E. Verón en Argentina y de A. Mattelart en Chile. (21). También en este campo, quizás uno de los aportes más lúcidos sea el de J. Dumazedier, quien a partir de un esquema muy coherente del desarrollo cultural y utilizando la teoría de la decisión, discrimina e integra a su vez, los niveles del pensamiento subjetivo en el campo de la acción social. En otros términos, la articulación de ideologías, valores y criterios de decisión, con las acciones posibles en situaciones probables (22).

SISTEMAS, TEORIAS Y MODELOS

Esta es una discriminación importante, pero como la anterior, difícil de trabajar en la enseñanza.

Es importante porque se integra al citado desarrollo y porque permite una mayor conciencia en los alumnos, de lo que implica el trabajo científico.

Es difícil porque en la mayoría de los estudiantes no existe esa "actitud científica", sino la de aprender algunas técnicas prácticas que les permitan un cierto manejo de la comunicación. Actitud lamentablemente abonada por muchos profesores, ellos mismos "prácticos", que necesitan negar sus deficiencias de formación, negando la importancia del trabajo riguroso. No podemos sino insistir en un pensamiento que cita J. Dumazedier en el libro "De la sociología de la comunicación colectiva a la sociología del desarrollo cultural", en el sentido de que "no hay nada más práctico que una buena teoría". No aceptar esta afirmación implica sustentar inconscientemente una especie de omnipotencia del pensamiento, pues la experiencia práctica de cada individuo, siempre es limitada en relación a cada campo de conocimiento.

SISTEMA

Comprende un conjunto amplio de postulados generalmente vinculados a sistemas filosóficos. Mc Geoch, según lo citan Marx y Hillix, afirma que es una "organización e interpretación de carácter coherente e inclusive, aunque flexible, de los hechos y de las teorías especiales relativos al tema".

Es decir, el sistema toma al objeto de su estudio en toda su amplitud y complejidad, por lo que generalmente no pueden deducirse de él formulaciones exactas respecto de las variables que intervienen en dicho objeto. Se les suele dar asimismo el nombre de "teorías generales" (24). Es a este nivel donde se da el contacto con la filosofía y con la ideología, muchas veces a través de supuestos no explicitados. Aún los sistemas con mayor pretensión de exactitud han caído en una estéril negación de este hecho. Tal es el caso del conductismo, que puede comprenderse mejor cuando se lo sitúa en el contexto del positivismo del siglo pasado y en el materialismo mecanicista que sustenta sus postulaciones. Lo mismo podríamos decir de la psicología de la Gestalt (clásica y de campo), del psicoanálisis, etc.

La introducción de supuestos en el trabajo científico es inevitable, sólo que en la medida de lo posible, deben ser explicitados. Ade-

más pueden cumplir el positivo papel de impulsar el desarrollo de los conocimientos, aún cuando luego pueda descartárselo.

TEORIA

Es una “serie de proposiciones interrelacionadas de las que pueden deducirse observaciones y explicaciones de los hechos”; también puede decirse que constituye un “grupo de hipótesis y leyes conectadas deductivamente” (25). A este nivel puede hablarse de variables pasibles de ser controladas en observaciones y experimentaciones que contribuirán a comprobar o disprobar hipótesis, revertiendo en una profundización de la teoría o en su superación.

En la unidad V tomaremos formulaciones de la teoría de la comunicación y del lenguaje como base para el tema final a las que puede integrarse a la vez formulaciones teóricas del psicoanálisis.

MODELO

Podemos definir el modelo, a nuestros fines, como un modelo de representación (26). El modelo nos permite comparar lo que observamos con un sistema de referencia. O sea que nos representamos el objeto de nuestro estudio por otro más simple que construimos seleccionando sus aspectos relevantes. Sin constituir una teoría, siempre implica una que le da sentido.

El modelo es un “como si” (27). De modo que podemos afirmar que la personalidad funciona como si fuera un motor, un organismo, un campo magnético, un sistema de comunicación según utilicemos modelos físicos-mecánicos, biológicos, físicos de campos o informacionales. Pero existen teorías que llevan implícitas más de un modelo. La importación de conceptos de otras disciplinas puede ser necesaria y lícita, pero es preciso tener en cuenta la condición de referir el modelo a nuestro campo de conocimiento y no lo inverso, o establecer las similitudes pero también marcar las diferencias.

A nuestros fines, es importante tener en cuenta la necesidad de pasar de la utilización de modelos clásicos de tipo “monádico” a modelos más amplios que abarquen el hecho social de la comunicación (28). Esto permitirá superar las extrapolaciones incorrectas (suponer

que un introvertido debe tener un modo de comportamiento similar estando con otro o con muchas personas) o incluso la atribución de cualidades de "naturaleza" a los individuos (el líder nace) que sólo pueden explicarse en ciertos sistemas de relación.

Debemos insistir en la importancia de estos conceptos que pueden ayudar a los estudiantes a ser conscientes de la relatividad de los postulados que utiliza la ciencia e impedir la toma de actitudes dogmáticas. Si partimos de esta base, no podremos aprender cuatro fórmulas y quedarnos tranquilos, sino que nos veremos obligados a mantener la actitud despierta del investigador, que siempre está a la especulativa del surgimiento de nuevos datos y siempre está dispuesto a abandonar posiciones en aras del avance del conocimiento.

En el desarrollo que antecede expusimos los problemas que presenta nuestra realidad y algunos conceptos fundamentales teórico-metodológicos. Ahora podremos introducirnos en el terreno específico de la psicología y la comunicación.

V. APLICACION DE UN MODELO INFORMATURAL

1.— TEORIA DE LA PRAGMATICA COMUNICACIONAL

En este trabajo, estudiaremos aspectos de la realidad humana en tanto compuesta por hechos comunicativos. Especificando más diremos que nos hemos de ubicar en un nivel determinado, el de la pragmática (29), para aportar a un conocimiento que permita comprender y predecir dichos hechos. Luego nos centraremos en el nivel de la personalidad en tanto sistema intra e intercomunicado con el mundo.

La comunicación, dada su complejidad, difícilmente puede abarcarse en su integridad. Si bien pueden comprenderse y esbozarse todas las fases y factores que intervienen, corresponde a distintas disciplinas psicológicas y lingüísticas, el estudio de grupos de ellos.

La distinción de Morris entre semántica, sintáctica y pragmática, resulta esclarecedora. Sin embargo, en los estudios sobre comunicación, no siempre se aclara suficientemente el significado que los autores asignan a su definición y a su enfoque dentro del contexto total de la comunicación.

G. Maletzke y J. Dumazedier definen la comunicación como transmisión de significados entre individuos (30). Valorizan el aspecto semántico, pero sus trabajos, ubicados en distintos planos, de la psicología social el primero y de la sociología el segundo, se desarrollan en el terreno de la pragmática. Maletzke analiza los factores del proceso y Dumazedier la comunicación como acción social para el desarrollo cultural.

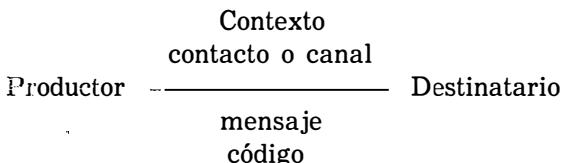
Ruesch y Bateson afirman que incluye "todos aquellos procesos por los cuales las gentes se influyen unos a otros". (31) Toman la función conativa.

Así podríamos tomar otros y veríamos que en algunos casos concuerdan, pero en otros, el acento de la definición recae en ciertas funciones del proceso de comunicación sin precisar suficientemente o sin concordar con el contenido de la obra.

Es por ello que resulta importante establecer un marco de referencia que permita la comprensión de lo que se desea plantear y abarque el contexto total en el que se ubica.

La teoría de las funciones del lenguaje puede constituir ese marco. Son muchas las postulaciones realizadas por distintos autores y escuelas. De ellos, el que creemos más completo, pues abarca todos los factores que intervienen en el proceso de la comunicación, es el de R. Jakobson, integrado con el aporte de L. Rosiello. Aquí nos guiamos por una síntesis realizada por E. Castelli.

Jakobson establece seis factores fundamentales de toda comunicación:



La comunicación puede centrarse en alguno de estos factores definiendo así distintas funciones:

—Emotiva o expresiva: se refiere a la actitud del comunicador (manera como comunica, gestos, palabras, movimientos, etc).

- Conativa: cuando procura determinar un comportamiento práctico en el perceptor.
- Referencial: cuando se orienta hacia el contexto situacional (con especial referencia a los objetos externos).
- Fáctica: centrada en el canal, el modo de contacto o relación entre los participantes.
- Poética: centrada en el mensaje mismo, su configuración, estilos, etc.
- Metalingüística: centrada en el código, en el esclarecimiento del lenguaje utilizado.

La realidad comunicacional, por ser dinámica, implica siempre la preeminencia de una función por sobre las otras.— Existe un ordenamiento y complementación y no exclusividad de una de ellas. Por otro lado, fuera del hecho mismo del proceso comunicativo, el investigador, de acuerdo a sus objetivos, podrá centrarse en alguna de ellas en desmedro de las otras.

L. Rosiello reagrupa el sistema de funciones en dos clases fundamentales, según determinen mensajes referidos a la realidad extralingüística o a la lengua misma y sus instrumentos. La primera corresponde a las relaciones externas y comprende las tres primeras funciones mencionadas. La segunda, de las relaciones internas, comprende las dos últimas. La función fáctica permanecería en una posición intermedia, pues actúa sobre la realidad externa, pero participa también de la función metalingüística, en tanto puede controlar los instrumentos lingüísticos del diálogo.

Si reagrupamos a efectos de su mejor visualización, los factores, sus funciones y las clases en un cuadro, tendríamos:

Relaciones externas (realidad extralingüística)	CONTEXTO F. Referencial	Leng. común (contexto situac.) Leng. técnico (hacia objetos) Leg. científico (conceptos).
EMISOR (Función expresiva) (signif. emoc.)	RECEPTOR Función conativa (comport. práctico)	

Posición intermedia	CONTACTO (relación) Función Fáctica
Relaciones internas (lengua e instrumentos)	MENSAJE Función Poética
	CODIGO Función Metalingüística

Ahora quizás resulte más claro nuestro planteo inicial cuando decíamos que nos centraríamos en el nivel de la pragmática. Tendremos en cuenta especialmente al emisor, al perceptor, sus relaciones comunicativas y cómo se integran al proceso en el cumplimiento de sus funciones. En otras palabras, tomamos preferentemente las relaciones externas e intermedias.

También puede resultar más clara nuestra enunciada intención de incluir una síntesis sobre tipos de personalidad en función de sus modos de comunicación predominantes. Sin embargo, debemos insistir qué personalidad constituye un sistema, una configuración de normas, cuyos límites no terminan en el individuo, no está definida exclusivamente por la historia personal y el bagaje biológico, sino que es un punto de estabilidad relativa, en un sistema que la abarca (33).

O sea que llegaremos a establecer “tipos” de personalidad significando con ello pautas, patrones comunicativos que tienden a repetirse (son redundantes) en un individuo a través de sus múltiples interrelaciones. Así como una función de comunicación adquiere significación en relación a las demás, la personalidad y su comunicación es una función de la situación total e implica una actualización existencial de relaciones temporo-especiales múltiples.

La exposición de tipos de personalidad que en el próximo punto trataremos de sintetizar, implica llegar a situar un número mínimo de tipos de mensajes y “leyes de combinación”, que podrían constituir una especie de “cálculo” (34) que permitan comprender y en cierto modo, predecir conductas.

Si bien tomaremos como base el aporte de J. Ruesch (35), específicamente centrado en el tema, trataremos de integrar en los conceptos introductorios, el de otros autores (36). Tomaremos los “axiomas exploratorios” de la comunicación. Mencionamos solamente las definiciones y remitimos al texto para su profundización:

- 1.— No es posible no comunicarse.
- 2.— Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y uno relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una metacomunicación.
- 3.— La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes.
- 4.— Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones.
- 5.— Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según están basados en la igualdad o en la diferencia.

J. Ruesch presenta seis construcciones hipotéticas, que en algunos aspectos importantes coinciden con los axiomas antes expuestos. Estos son:

- 1.— Sistema: “cada individuo opera voluntaria o involuntariamente dentro de una red de comunicación”. (axioma 1).
- 2.— Funciones: cada individuo, en el proceso de comunicación, alternativamente recibe, elabora y emite mensajes (axiomas 3 y 5).
- 3.— Lenguaje y codificación: toda comunicación implica un nivel verbal y uno no verbal. El primero se basa en una codificación digital y el segundo en una codificación analógica (axioma 4).
- 4.— Contenido e información: en toda comunicación existe contenido cuando se establece acuerdo acerca de los hechos a que los signos se refieren. Existen aspectos del contenido no comunicables, mientras que aquellos que se comunican reciben el nombre de información (axioma 2 parcial).
- 5.— Metacomunicación e instrucción: en toda comunicación intervienen instrucciones sobre cómo comunicar y recursos interpretativos, sean conscientes o inconscientes (axioma 2 parcial).
- 6.— Corrección, realimentación y respuesta.

Estos axiomas y construcciones hipotéticas, permitirán comprender ciertos aspectos de las comunicaciones humanas y ciertos sistemas de interacción en los que se organizan. La comunicación cotidiana de un individuo o su comunicación en situaciones especiales, expresarían entonces en qué medida esos sistemas funcionan de manera integrada o no. En este último caso se hacen más evidentes y ofrecen menos dificultad a su descripción.

Este modelo, permite realizar un estudio de la personalidad en un nivel descriptivo y por lo tanto cercano a la comunicación concreta perceptible. Sin embargo puede ser enriquecido, si se lo integra con un nivel explicativo que exigirá la utilización de hipótesis más abstractas. Hasta el presente, las hipótesis e intentos de integración más interesantes que conocemos provienen del psicoanálisis. Mencionaremos especialmente el trabajo de D. Liberman en nuestro país (37). Este enfoque, como ningún otro, ha participado en la profundización de este campo, dando luz a la descriptiva comunicacional con hipótesis sobre las dimensiones personales internas, productos del desarrollo a través de las múltiples experiencias vitales.

Pero de hecho, los modos de comunicación típicos, en cada individuo, que aluden ese “cálculo” del que hablamos, a ese sistema de normas que sigue en su contacto con el mundo, constituyen por sí mismos una especie de “cristalización”, de “forma” que pone en evidencia su proceso de desarrollo. Freud en “Recuerdo, repetición y elaboración”, alude, en cierto modo a ello, pero es W. Reich (38), ya en 1930, en un trabajo cuyas implicancias, de la misma manera que muchos aspectos de su obra recién ahora se comprenden, lo plantea con mucha claridad. La coraza caracterológica, como la llama, alude y concretiza en la conducta actual, perceptible, las contingencias de su formación. Y esa conducta constituye la comunicación del individuo en su aspecto “relacional”. De ahí que incluso podamos hablar no sólo de la complementación de dos tipos de hipótesis ubicadas en distintos niveles de abstracción, sino de su integración a través de un nuevo modelo conceptual.

2.— PERSONALIDAD Y COMUNICACION

El estudio de la personalidad en función de su comunicación, con objeto de llegar a una conceptualización sobre sus formas tipicas

en el terreno de la psicología general, nos presenta dificultades debido a las fuentes de donde provienen los distintos aportes. Del material a nuestro alcance, los primeros provienen de la psiquiatría (39); otros están centrados en la situación específica de la terapia psicoanalítica, con especial referencia al análisis de la transferencia (40) y por último aquellos que estudian principalmente la patología de la comunicación a nivel del grupo familiar (41).

Sin embargo, aún contando con dichas limitaciones, es interesante aplicar estos conceptos en relación a nuestros fines específicos. Si realizamos alguna interpretación incorrecta, seguramente saldrá a la luz y podrá significar una nueva experiencia de aprendizaje.

Para la descripción de los tipos, tomamos el ordenamiento de D. Liberman en relación con la nomenclatura psicoanalítica clásica, centrada en la evolución de la libido y la tipología resultante de acuerdo a las fijaciones en sus distintas etapas. Si bien la teoría de las "relaciones objetales", que sigue ese autor, basa el estudio del psiquismo en el concepto de "posición", dicho ordenamiento sigue útil, pues implicaría distintas técnicas instrumentales defensivas del yo que van desde las más disociadas a las más integradas (42). La comparación entre ambos ordenamientos es la siguiente.

Persona infantil	Organo neurosis Enfermedades psicosomáticas
Persona observadora, no participante	Esquizotimia. Esquizoidia Esquizofrenia
Persona depresiva	Ciclotimia. Depresión neurótica. Psicosis maníaco-depresiva
Persona de acción	Personalidad psicopática Perversión e impulsión neurótica
Persona lógica	Carácter obsesivo Neurosis obsesiva
Persona atemorizada	Carácter fóbico Histeria de angustia
Persona demostrativa	Carácter histérico Histeria de conversión

Antes de iniciar la descripción debemos recalcar que el individuo constituye una unidad con su entorno y que ciertos modos comunicativos resultan de su integración y del tipo de sistema que se configure.

Si bien se incluyen las características más sobresalientes, no es porque se piense que podrá observárselas así en la realidad, sino para hacer más sencilla la comprensión. Por lo general podrá observarse un predominio apenas perceptible de un modo de comunicación.

En las descripciones, trataremos de sintetizar los distintos aportes, a veces muy desordenados, refiriendo las múltiples características personales a las construcciones hipotéticas ya expuestas.

PERSONA INFANTIL

Se caracteriza por el uso de un lenguaje donde lo somático tiene preeminencia. Está siempre a la expectativa de descubrir síntomas y de utilizarlos con fines de control de los demás. Puede tratarse de sufrimientos localizados en regiones corporales o como tensión (corporal o mental). J. Ruesch afirma que en esto último puede operarse una contraposición entre sensación de bienestar mental y tensión física o viceversa. Los casos de tensión se elevarían, según el mismo, hasta el 75% de los pacientes que van a consulta privada (43).

La referencia a los síntomas puede ser directa o sutilmente expresada, según el grado de capacidad. Puede expresar lo que siente en forma verbal, como que no puede hacer o pensar algo porque le "duele la cabeza". Puede expresarlo con una conducta fisiológica, como la palidez; o también con una conducta netamente expresiva, como suspirar, gesto facial de dolor, llevarse las manos a las sienes, etc.

En la recepción, existe preferencia por los signos y señales somáticos y tendencia a desdeñar los verbales y miméticos, salvo para tener en cuenta el grado de aceptación que puedan implicar por parte de los demás. Pero lo que importa es que dicha recepción no se elabora significativamente a nivel psicológico, sino que se transforma en sensaciones de placer o tensión orgánicas. O sea que los con-

flictos se localizan a nivel del sistema nervioso autónomo que así se convierte en medio de expresión de los mismos (44).

La indebida importancia que atribuye a la recepción de los estímulos internos hace que deje de lado o empobresca la percepción de los hechos sociales, compensando esta deficiencia con juicios de valor estereotipados y estrechos. La percepción y la emisión son acertadas sólo en relación a situaciones concretas.

En relación a su integración social, expresa mayor interés en las posiciones de prestigio que en reales relaciones personales, lo que puede llevarlo a “sobreadaptarse” y no poder limitar sus tareas y actuaciones (45).

Pueden tener éxito, pero a costa de sacrificar parte de su persona, de su cuerpo, a través de sus dolencias; de su mundo interno, que permanece disociado y en muchos casos, la pérdida de sus posibilidades puede ser total, por el advenimiento de síndromes como el “surmenage”, que con su exigencia de reposo “físico y mental absoluto”, como reza la prescripción más común, logra un objetivo de dependencia total y conviértese prácticamente en un “bebé.”

Hemos podido observar esto último con mucha frecuencia, en determinados tipos de personas, tales como religiosas y religiosos en el ámbito de instituciones educacionales, “ejecutivos”, estudiantes, etc. En dichos casos suele observarse la convicción, omnipotente, de que se es imprescindible, que se debe “estar en todo” o cumplir a toda costa con programas, a menudo irrealizables. Luego viene el derrumbe y la justificación en la enfermedad.

Podría caber aquí la referencia que hace D. Liberman a una adaptación forzada, masoquista e infantil. Es decir, habría un aparente comportamiento realista (a veces apoyado por la situación externa misma), pero que encuentra la total disociación de los procesos inconscientes (principio del placer —proceso primario) sometidos y fijados en funciones fisiológicas y expresados en síntomas corporales (46).

Debido a este fondo infantil necesitan una referencia, sea grupal, familiar o institucional que les dé seguridad y protección. De hecho, ocurre así porque no puede “reemplazar la dependencia de las

acciones de protección de los demás por una actitud de confianza en el intercambio de informaciones y en la interacción cooperativa” (47).

En su desarrollo quizás influyó la sobreprotección de padres ansiosos que le hicieron ver la posibilidad de tenerlos cerca a través de la manifestación de síntomas (48).

La denominación de persona infantil resulta comprensible, pero es interesante sintetizar algunas características y relacionarlas con otras que son normales en los niños. Una se relaciona con el interés por el estado del propio cuerpo. Otra con el interés por el prestigio que se da en los niños como identificación con roles adultos prestigiosos a través del juego y que constituye un aprendizaje social. Otra es la tendencia a la estereotipia, que también se observa en los niños por su incapacidad de abstraer de los hechos sociales, conclusiones complejas.

Por último mencionaremos la dificultad de poner límites a la acción, que en los adultos con estas características no tiene vallas de contención, pero en los niños sí, puestas por los mayores en función de la adaptación social.

PERSONA OBSERVADORA, NO PARTICIPANTE

La descripción de sus características traerá seguramente a la memoria al tipo “introvertido” (49), o al esquizotílico (50). En las relaciones humanas se ubica preferentemente como observador. Su autoobservación puede ser aguda, mientras que la emisión resulta disminuida. Por ello se desempeña con mayor eficacia en campos o disciplinas abstractas tales como las matemáticas, física, filosofía, etc. En otro orden de actividades, profesionales o laborales, tiende a buscar aquellas que no requieran participación comunicacional activa.

Según J. Ruesch la civilización técnica actual favorece el surgimiento de esta persona, pues ha provocado un aumento notable de las relaciones impersonales, tanto por las dificultades puestas a la sociabilidad en los grandes centros urbanos, como en el trabajo, donde predomina la consideración del rol, más que la persona, o incluso donde se reemplaza la persona por un “número”. Lo mismo ocurriría en

las situaciones de descanso, facilitando la adoptación de roles de espectador a través del cine, radio, televisión, deportes, etc.

Se siente cómoda estando a solas, pero cuando se halla frente a otra gente, sea en relación bipersonal o en grupo, experimenta ansiedad y es allí donde su capacidad de discriminación y especialmente de emisión, se resiente. Esto no ocurre cuando se le asigna una función de observación sin participación, caso en el que podrá observar los hechos sociales con claridad.

Desde el punto de vista de su apariencia y de los sentimientos que despierta, podría hablarse de dos formas. Por un lado tendríamos aquel que es retraído y controlado, pero que trasluce su inseguridad, especialmente a través de su conducta expresiva. El otro caso aparece en cambio como un observador frío, seguro, distante y algo misterioso.

En su lenguaje, predomina el aspecto verbal sobre el expresivo e impresiona como falto de organización. Su comprensión puede dificultarse debido a ello, pero también porque le cuesta explicitar datos que constituyen lo metacomunicativo. Así, aún cuando su mundo psicológico sea rico en contenido, su información no lo evidencia.

Siempre es sensible al impacto de las acciones de los demás sobre sí mismo, por lo que necesita controlarlas y anticipar los perjuicios que siente pueden ocasionarle. Por otro lado le es difícil captar el efecto de sus propias comunicaciones o acciones.

Las características comunicativas consignadas hasta aquí podrían explicarse por su necesidad de ser valorado. Así, cuando expresa algo, necesita ser reconocido por todos, pero a su vez tiene dificultad de gratificar a los otros. Esa inconsciente y excesiva necesidad de reconocimiento lo lleva a una situación comunicativa paradójica, pues para lograrlo debe participar, pero no puede porque vive esa posibilidad como peligro. La comunicación le implica una constante confusión entre lo cognitivo y emocional. Así cualquier crítica puede equivaler para él a rechazo personal.

En cuanto a su génesis, se menciona la falta de respuesta de los padres en términos no verbales y especialmente la falta de comunicación gratificadora a través de acción, gestos y objeto (51). Lo

esencial quizás sea la característica de paradójica de esta comunicación, donde el significado de los mensajes verbales no coincide con el de la acción, pero que especialmente implica un contexto incongruente e ilógico del cual el sujeto no puede evadirse. (52).

PERSONA DEPRIMIDA

Correspondería al ciclotímico y en parte al introvertido.

Se trata de una persona cuya comunicación se expresa por fases alternativas de aumento o reducción de los contactos, y que se conectan con los estados cambiantes del sentimiento de autoestima.

Los sistemas de comunicación en los que se incluyen, tienden a regular dicha autoestima a través de la dependencia. Necesitan “formar parte” de instancias más amplias, sean grupos o instituciones, de los cuales recibe los aportes para su autoaprecio y en general la regulación de sus conflictos internos. En este proceso, realizan inconscientemente una trasposición entre comunicación intra e interpersonal, intercambiando las relaciones consigo mismos por la relación con los demás.

Opera principalmente en un sistema intrapersonal y cada vez que necesita la comunicación interpersonal, trata a los demás como si constituyeran una parte de sí mismo. Cree que a los demás les interesa sus autoincriminaciones o actividades, según las fases, por esa falta de delimitación clara entre interior y el exterior (53).

“En este proceso, los receptores de distancia (vista y oido), funcionan muy unidos a los receptores de proximidad (cenestesia, tacto, kinestesia, etc.)”, de manera tal que “los mensajes gratificantes provenientes de otras personas, compensan los mensajes desagradables provenientes del interior” (54).

Las funciones de recepción, elaboración y emisión son interfiridas de acuerdo a la regulación de la autoestima en cada momento, originando las fases diferenciales ya mencionadas cuyos “picos” serán pequeños en los casos de individuos normales y muy grandes en casos patológicos.

En la fase depresiva los contactos y la participación se reducen. Predomina la elaboración, teñida de sentimiento de desánimo, desvalorización y culpa, resultantes de fracasos imaginarios o reales, vividos como no superados.

En la fase activa tienden a aumentar sus contactos de tal manera que no siempre alcanzan a abarcálos plenamente. Predomina la emisión en detrimento de la recepción y elaboración. Expresan sus necesidades e ideas más o menos verborrágicamente, no a los fines de la acción, sino por la expresión misma. Es decir, no hablan para lograr efectos en las conductas de los perceptores, sino que pareciera que "hablan por hablar".

Teniendo en cuenta el lenguaje y su código, podría decirse que su objeto es mantener el contacto, más que transmitir contenidos significativos a nivel cognitivo. El nivel verbal, queda subordinado en algunos aspectos a lo no verbal, analógico.

Cuando son personas integradas, suelen aparecer expresivas, cálidas y sociables. A menudo tienen también sentido artístico y buena coordinación entre pensamientos y sentimientos, entre lenguaje verbal y gestual. Pero cuando oscilan mucho entre las fases de depresión y excitación, se operará un retardo o una aceleración de las funciones verbales.

A veces dan la impresión de no ser sinceros, de querer aparentar más o menos de lo que son. Ello se deberá a la desconexión entre los aspectos expresivos mencionados y también a la falta de recepción de las respuestas y de que "no descubran las intenciones o instrucciones interpretativas de los demás, de que no comprenden el conjunto de la situación, ni sus dificultades propias" (55).

Las condiciones que, según J. Ruesch, facilitan el desarrollo de este tipo de personalidad pueden relacionarse con actitudes de los padres en cuanto a recalcar los resultados finales, antes que la satisfacción por la acción y el desarrollo de habilidades. En ese proceso, si las metas de la acción se proyectan cada vez más lejos, se tornan inalcanzables. Esto importa mucho en las primeras etapas de la formación de la personalidad, donde la temprana fijación de ideales y logros a nivel cognitivo, puede ir en detrimento de las otras posibilidades y necesidades de ese momento. Desde el punto de vista psicoa-

nalítico puede decirse que son individuos en los que la "fase edípica se vió interferida por una aparición temprana y brusca del período de latencia" (56).

PERSONA DE ACCION

Suele ser vista como persona de grandes dotes y encontrársela entre organizadores de gran actividad, militantes revolucionarios, aventureros, etc. Pero quizás sean identificados en mayor medida como jefes de pandillas, delincuentes, etc.

Se caracteriza por una conducta activa general e incluso su verbalización tiene más un significado de acción o de inducción a la acción que de transmisión de información. Necesita rodearse de gente para sentirse "completa", debido a que los límites de su yo se proyectan y abarcan a los demás.

A diferencia de un individuo maduro que supone que los demás poseen una personalidad separada, que tienen deseos, esperanzas, necesidades, valores y recursos que pueden diferir de los propios, a la persona de acción se le hace difícil realizar tales suposiciones, debido a esa necesidad de tomar a los otros como extensiones de sí mismo. De aquí se deriva que, consciente o inconscientemente utilice a los demás para sus propios fines (57). Congruentes con estas características se encuentran rasgos de susceptibilidad, desconfianza y, en casos patológicos, de persecución.

Los sistemas de comunicación en los que se incluye o que trata de constituir son asimétricos, de dependencia. En relación a las funciones, podrá observarse que percibe rápidamente los aspectos dependientes que puede utilizar, pero no las necesidades o posibilidades de los otros. Es decir, capta lo que le permite mantener una posición de superioridad y la oportunidad de controlar el sistema. Los demás, consecuentemente, pueden llegar a dejar de sentir sus propias necesidades y abandonar sus normas, para aceptar las de ella. También su voluntad y sus posibilidades de acción dejan de pertenecerles. (58).

La elaboración es rápida, intuitiva, en tanto razonamiento inconciente y abreviado, de tal manera que los elementos para dominar la situación comunicativa, fluyen sin que, en todos los casos, haya un

razonamiento consciente. Su emisión, como adelantamos, es intensa en acciones y verbalización, pero en función de sus fines adquieren características que no facilitan una real comunicabilidad. Los mensajes son ambiguos y el lenguaje es impactante para lograr la paralización de los procesos de pensamiento de los demás.

Otra característica de su emisión está conectada con su dificultad de traducir sentimientos a través de verbalizaciones, expresándolos a través de contactos físicos o por medio de cosas (regalo).

Una forma posible de modificar esta situación comunicativa sería actuar como una "persona lógica", frenando el juego de su elaboración e impidiendo la ambigüedad de los mensajes.

Por lo general, tiene dificultades de aceptar consejos, opiniones o sugerencias y por lo tanto para trabajar en equipo. Si se encuentra al mando de un grupo de trabajo tiende a ser autoritario, adoptando un rol de líder demagógico.

Puede funcionar como extensión de una autoridad real, pero desde el punto de vista interno, la dependencia sería una figura constante. En lenguaje psicoanalítico podría decirse que ello implica la identificación, a nivel del superyó sádico, con la imagen paterna persecutoria a fin de controlarla.

En cuanto a su génesis, J. Ruesch señala que puede relacionarse con la necesidad de actuar constantemente para ser reconocido por sus padres, o sea, actuar para causar impresión y lograr un efecto.

PERSONA LOGICA

Suele encontrársela, de acuerdo a las exigencias de las distintas tareas, entre matemáticos, filósofos, personas dedicadas a trabajos burocráticos, en el comercio y fabricación de artículos que exigen minuciosidad, tales como instrumentos de precisión, joyas, etc.

Los rasgos característicos giran alrededor de la escrupulosidad, minuciosidad, orden, necesidad de clasificar experiencias, etc.

En su comunicación, debido a su necesidad de un rígido control emocional, predomina la elaboración interna. Esta es muy complicada y dificulta la expresión, que suena pesada y lenta. En la emisión,

tiene en cuenta lo verbal, tendiendo a desdeñar los aspectos no verbales y emocionales implicados como así también la situación que lo rodea (ausencia de comprensión analógica). Para mantener su conducta debe ceñirse a un empleo preciso del lenguaje, por lo que su vocabulario y verbalización pueden resultar notables. En lo referente a la recepción, le resulta difícil observar los efectos de sus propias acciones sobre los demás y efectuar la corrección.

Según J. Ruesch, nuestra civilización contemporánea favorece el surgimiento de este tipo de personalidad. Con los rápidos cambios en materiales, máquinas y costumbres resulta cada vez más difícil acumular un caudal de conocimientos adecuados y no se da tiempo para que se estabilicen las pautas de conducta. En este contexto, las conductas obsesivas surgirían como defensa ante los cambios. (59). Quizás esta explicación pueda ser útil en algunos casos, pero no creemos sea acertada para la mayoría de los casos.

PERSONA ATEMORIZADA Y HUIDIZA

Es aquella que se ve afectada con la mayor facilidad ante situaciones nuevas o poco estructuradas y que le despiertan un estado de vigilia que la prepara a huir de dichas situaciones o a enfrentarlas, no siempre con una conducta proporcionada.

Los componentes emocionales principales son el miedo y la ansiedad. El primero se relaciona con personas u objetos que tienen forma, sea ésta real o no. La segunda surge cuando no aparece dicho objeto o cuando no se encuentra ninguna reacción adecuada para enfrentarlo. La ansiedad, como "reacción de alarma", puede ser beneficiosa y constituir una defensa normal.

En psicopatología se describen dos tipos de estructuras:

1.— Neurosis de ansiedad, cuando no existen objetos definidos que provoquen las reacciones ansiosas;

2.— Temor canalizado en un objeto (fobia), que reemplaza a aquel que originalmente lo motivó. La defensa se constituye con la aparición del "acompañante fóbico", que impide la aparición de la ansiedad. La "contrafobia", por la que el sujeto reacciona enfrentando al objeto, constituye otra defensa.

En las personas muy ansiosas, el análisis del esquema de comunicación revela la existencia de excitaciones que exceden y dificultan la capacidad de recepción, elaboración y emisión. Además la tendencia a evitar situaciones nuevas u otras temidas, hace que no adquieran un conocimiento acabado de la realidad, por lo que su caudal de información suele ser rudimentario (60).

PERSONA DEMOSTRATIVA

Se caracteriza por una buena capacidad para simbolizar y expresar los hechos internos en términos de acción, somáticos o verbales. El retraimiento no se encuentra entre sus dificultades, antes bien, son sociables y con tendencia a exhibirse y tratar a los demás como público. Se la encuentra entre artistas y otras actividades que implican relaciones con la gente, como promoción, venta, relaciones públicas, etc. A través de ellas pueden expresar su necesidad de conquistar a la gente, pero a diferencia de la personalidad de acción, no para su beneficio personal, sino para la institución o instancia en la que se desempeña (61).

Pueden diferenciarse dos tipos: 1.— Persona ágil, vivaz, plástica y con cierto dinamismo; 2.— Persona con características más depresivas; aparece retraída, algo autista, algo estática, pero ello no implica desconexión, sino una forma distinta de simbolizar su “actuación” frente a los demás.

Suele vérsela como “ingenua”, debido a la dificultad de discriminar entre los aspectos prácticos y simbólicos de la comunicación. Así, combina las palabras y la acción de manera peculiar. En la recepción escucha las palabras pero no presta atención a las acciones de los demás. En otros términos, pone atención a la codificación digital, que se encontraría más relacionada al superyó (principalmente auditivo, por su génesis), y desestima la codificación analógica, ligada al proceso primario, porque la carencia de cualidades sintácticas la remite a múltiples significaciones peligrosas (por su fijación incestuosa) (62).

Inversamente, en la transmisión pone énfasis en la acción o en el lenguaje somático. Este último se diferencia del lenguaje de la persona infantil en que implica una simbolización elaborada en un

nivel que no alcanza esta última. Su acción o su lenguaje expresivo se perciben claramente aún cuando ella no lo tiene muy presente. Así, su conducta puede sugerir un deseo de intimidad que rechazaría si el interlocutor actuara un acercamiento.

Según J. Ruesch la dificultad para comunicarse en función del pensamiento lógico, hace que tenga poco éxito en actividades que impliquen manejo teórico o técnico. En cambio tienen buena capacidad de apreciación intuitiva de los hechos sociales, siempre que no se vean comprometidas personalmente y en profundidad.

Su desarrollo pudo haber sido favorable hasta los 3—5 años, época en que la estructuración de la situación edípica produce una fijación. Así se observa un predominio de la represión sexual a nivel del pensamiento, pero no la exhibición que puede ser aprobada por los mayores. Habría un estímulo hacia el manejo simbólico y de juego de los hechos relacionados a deseos y temores sexuales, que no pueden afrontarse plenamente (63).

3.— COMUNICACION GRUPAL Y COMUNICACION SOCIAL

En este trabajo, hemos estudiado algunas nociones críticas e introductorias y el concepto de personalidad en tanto sistema intra e intercomunicado. Hemos puesto énfasis en la comunicación bipersonal y hecho referencias tangenciales a las situaciones de grupo implicadas en algunos casos. Para completar el cuadro restaría aún abarcar los fenómenos de la comunicación en: 1.— Los pequeños grupos, formales e informales; 2.— En las organizaciones (instituciones) sociales, y 3.— En el nivel cultural.

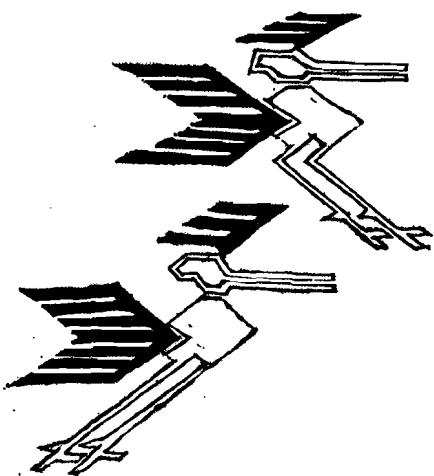
La tarea de analizar estos diferentes niveles se halla parcialmente realizada, pero lograr una conceptualización que permita relacionarlos en forma válida, queda en gran medida por hacer. Es un cometido dificultoso pero necesario, pues hasta tanto no se realice, nuestras ideas sobre las interinfluencias entre dichos niveles seguirán navegando en un mar que no es el de la ciencia, sino el de la ideología. Un mar engañoso, lleno de espejismos que nos pone ante el peligro constante de hacernos creer que llegamos a conocer nueva y desconocida tierra, cuando en verdad no nos hemos movido y seguimos nada más que reconociendo la realidad sin conocerla en aquello que está más allá de los meros espejismos.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.— Foulquié P.: Psicología contemporánea. Barcelona. Labor.
- 2.— Watson J.: El conductismo. Bs. As. Paidós.
- 3.— Lagache D.: Elementos de psicología. U. N. B. A. Instituto de Psicología. Publicación Nº 21.
- 4.— Filloux J. C.: La personalidad. Bs. As. Eudeba.
- 5.— Allport G.: Psicología de la personalidad. Bs. As. Paidós (en un nuevo libro: "La personalidad, su configuración y desarrollo", introduce modificaciones a su concepto de personalidad, que lo hacen criticable en otros aspectos).
- 6.— Watzlewich P. y otros: Teoría de la comunicación humana. Bs. As. Tiempo Contemporáneo.
- 7.— Kretchmer E.: Constitución y carácter. Barcelona. Labor.
- 8.— Le Senne R.: Tratado de caracterología. Bs. As. El Ateneo.
- 9.— Sheldon W.: Las variedades del temperamento. Bs. As. Paidós.
- 10.— Jung C. G.: Tipos caracterológicos. Bs. As. Sur (6ta. Edición Sudamericana).
- 11.— Freud S.: El carácter y el erotismo anal. Sobre las transmutaciones de los instintos y especialmente del erotismo anal. Sobre los tipos libidinales. Madrid. B. Nueva.
- 12.— Abraham K.: Estudio psicoanalítico sobre el carácter.
- 13.— Reich W.: Análisis del carácter. Bs. As. Paidós.
- 14.— Ascolani A.: Función del psicólogo en Instituciones educacionales. Rosario.
- 15.— Ascolani A.: ob. cit.
- 16.— Davis A. K.: Teoría social y problemas sociales. En Horowitz I. L. y otros: Historia y elementos de sociología del conocimiento. Bs. As. Eudeba
- 17.— Merton R. K.: Teoría sociológica e investigación empírica U.N.B.A. Instituto de Sociología. Cuaderno Nº 13.
- 18.— Davis A. K.: ob. cit.
- 19.— Samaniego R.: Manual de investigación por encuestas en la comunicación. Quito. Ciespal.
- 20.— Rogers E.: Elementos de cambio social en América Latina. Quito. Ciespal.

- 21.— Verón E.: Lenguaje y comunicación. Bs. As. Nueva Visión.— Mattelart A. y otros: Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile. Santiago. Universidad Católica. Cuaderno del CEREN Nº 3.
- 22.— Dumazedier J.: De la sociología de la comunicación colectiva a la sociología del desarrollo cultural. Quito. Ciespal (2da. edición).
Dumazedier J.: Síntesis del curso de 1970: Comunicación y desarrollo cultural. Quito. Ciespal. (realizado por E. Fernández — Chile — y A. Ascolani — Argentina).
- 23.— Marx y Hillix: Sistemas y teorías psicológicos contemporáneos. Bs. As. Paidós.
- 24.— Bleger J.: Psicología de la conducta. Bs. As. Tiempo Contemporáneo.
- 25.— Marx M. y Hillix W.: ob. cit.
- 26.— Lagache D. y otros: Los modelos de la personalidad. Bs. As. Proteo.
- 27.— Lagache D. y otros: ob. cit.
- 28.— Watzlewick P. y otros: ob. cit.
- 29.— Morris O.: Signos, lenguaje y conducta. Bs. As. Labor.
- 30.— Maletzke G.: Psicología de la comunicación colectiva. Quito. Ciespal.
- 31.— Ruesch J. y Bateson G.: Comunicación. La matriz social de la psiquiatría. Bs. As. Paidós.
- 32.— Rosiello L.: Struttura, uso e funzioni della lingua. Firenze, Valliedie.
Castelli E.: Comunicación personal.
- 33.— Murphy G.: Personalidad. Madrid. Instituto de Estudios Políticos.
- 34.— Watzlewick P. y otros: ob. cit.
- 35.— Ruesch J.: Disturbed communication. N. York. Norton.
- 36.— Watzlewick P. y otros: ob. cit.
- 37.— Liberman D.: La comunicación en terapéutica psicoanalítica. Bs. As. Eudeba.
- 38.— Reich W.: ob. cit.
- 39.— Ruesch J.: ob. cit.
- 40.— Liberman D.: ob. cit.
- 41.— Watzlewick P. y otros: ob. cit.
- 42.— Fairbairn R.: Estudios psicoanalíticos de la personalidad. Bs. As. Paidós.

- 43.— Ruesch J.: ob. cit.
- 44.— Liberman D.: ob. cit.
- 45.— Rüesch J.: ob. cit.
- 46.— Liberman D.: ob. cit.
- 47.— Ruesch J.: ob. cit.
- 48.— Ruesch J.: ob. cit.
- 49.— Jung, C.G.: ob. cit.
- 50.— Kretchmer E.: ob. cit.
- 51.— Rüesch J.: ob. cit.
- 52.— Watzlewick P. y otros: ob. cit.
- 53.— Ruesch J.: ob. cit.
- 54.— Liberman D.: ob. cit.
- 55.— Ruesch J.: ob. cit.
- 56.— Liberman D.: ob. cit.
- 57.— Ruesch J.: ob. cit.
- 58.— Liberman D.: ob. cit.
- 59.— Ruesch J.: ob. cit.
- 60.— Ruesch J.: ob. cit.
- 61.— Ruesch J.: ob. cit.
- 62.— Watzlewick P. y otros: ob. cit.
- 63.— Ruesch J.: ob. cit.



investigación

COMUNICACION DE MASAS Y PRODUCCION DE IDEOLOGIA: ACERCA DE LA CONSTITUCION DEL DISCURSO BURGUES EN LA PRENSA SEMANAL

Por: ELISEO VERON

Sociólogo, Director del Centro de Investigaciones Sociales, Instituto Torcuato Di Tella, Buenos Aires, Argentina.

Análisis parcial de textos extraídos de los medios de comunicación, partiendo de criterios exteriores a los textos estudiados, en dos sentidos: a) en cuanto a la selección de los textos y, b) en cuanto a la finalidad de la "lectura" a la que los textos son sometidos. La noción de ideología opera precisamente en estos dos niveles a la vez, pues permite fundamentar la constitución del cuerpo de textos en términos de comparabilidad y de diferencias sistemáticas y también orienta en la identificación de aquello que interesa dentro del cuerpo objeto de análisis.

NOTA: Este trabajo se publica en dos partes, cuya primera sección se difunde en este número; la segunda parte se publicará en la siguiente entrega de la revista.

El estudio, además, se refiere a la conceptualización de las condiciones de producción de los textos. Esta conceptualización preside la definición de una lectura ideológica posible de esos textos. Desde este punto de vista, un análisis de textos orientado al estudio de lo ideológico en el seno del “discurso”, debe ser encuadrado por un conjunto de hipótesis externas que permiten constituir el “corpus”, por un lado y, por otro, detectar operaciones pertinentes dentro de él. Lo cual significa que la presencia de lo ideológico en el discurso no consiste en propiedades inmanentes a los textos, sino en un sistema de relaciones entre el texto, por una parte y su producción, su circulación y su consumo, por otra.

Un “título” contiene no menos de dos dimensiones fundamentales: en primer lugar, una dimensión metalinguística; en este sentido, todo título califica el discurso que le sigue, lo nombra. En segundo lugar, todo título posee también una dimensión referencial, al igual que el discurso del cual es el nombre, el título habla también de “algo”. El modo particular en que se combinan estas dos dimensiones de un título, constituye lo que Verón llama el “encuadre del discurso”.

En los títulos de los semanarios populares hay siempre indicadores que permiten individualizar el acontecimiento, ya se trate de un nombre propio, ya de operadores situacionales. En la mayoría de los casos, se trata de expresiones de referencia única con identificación. Es evidente, en cambio, que en los títulos de los semanarios burgueses no hay identificación de un hecho singular (por lo que se puede decir que esos títulos podrían ser aplicados a hechos muy diferentes). En la medida en que no designan ningún acontecimiento singular, la función metalinguística es predominante: los títulos de los semanarios burgueses son los nombres de los discursos que ellos introducen. Por lo que el autor señala que los títulos de los semanarios burgueses contienen denominaciones. Luego agrega: “si a propósito de los semanarios populares hablamos de referencia única con identificación, en el caso de los títulos de los semanarios burgueses diremos que contienen una operación de referencia anafórica. Con esta expresión se quiere decir

que el vínculo entre la denominación y el acontecimiento se establece por contextualidad o co-presencia (puesto que no hay, en el título mismo, ningún identificador): son los reenvíos discursivos mismos (vale decir, un reenvío del título a alguna otra cosa que está también presente en el discurso del semanario) los que producen dicho vínculo. Esta “otra cosa” puede ser ya el texto mismo del artículo (cuando se trata de un título interno). Está claro entonces que atribuimos a los títulos (o, si se prefiere, que incluimos en la definición misma de lo que es un título) la propiedad de contener una operación análoga a la que ha sido descrita en un plano puramente lingüístico como un flechaje hacia adelante, es decir, como un fenómeno anafórico, pero que en nuestro caso es de naturaleza discursiva y no intra-frásica (puesto que en el fondo se trata de un conector).

(I PARTE)

INTRODUCCION

El presente trabajo desarrolla un análisis parcial de textos extraídos de los medios de comunicación de masas, con el fin de bosquejar ciertos procedimientos de identificación de operaciones de naturaleza discursiva (1). La identificación sólo puede proceder por diferencia: se trata de comparar, en forma sistemática, textos que han sido producidos a partir de un mismo “acontecimiento real” pero que obedecen a constricciones definidas por procesos de producción diferentes. Este “acontecimiento real” es para nosotros una suerte de constante desconocida, de la cual sólo estudiaremos su manifestación a través de la semantización discursiva; el “acontecimiento real” del que estos discursos hablan constituye así un **invariante referencial** que nos permite atribuir las diferencias detectables a nivel textual, diferencias en el proceso de semantización (vale decir, a operaciones discursivas diferentes de naturaleza semántica). Tales diferencias expresan a su vez variaciones sistemáticas en el plano de los procesos de producción de los textos sometidos a comparación.

Un discurso o un conjunto de discursos (entendiendo por “discurso” una unidad textual concreta, producida en el seno de la sociedad) no constituye un objeto homogéneo: la noción de “discurso” no es teórica, sino puramente descriptiva. En consecuencia, desde este punto de vista un discurso carece de unidad propia; todo discurso es el lugar de manifestación de una multitud de sistemas de construcciones. Podríamos decir entonces que un discurso es **una red de interacciones**. La posible unidad del análisis resultará pues de criterios exteriores a los textos estudiados, y ello en dos sentidos por lo menos: (a) en cuanto a la **selección** de los textos; (b) en cuanto a la finalidad de la “lectura” a la que los textos serán sometidos. La noción de **ideología** opera precisamente en estos dos niveles a la vez: nos permite fundamentar la constitución del corpus de textos en términos de comparabilidad y de diferencias sistemáticas y también nos orienta en la identificación de aquello que nos interesa dentro del corpus. Está claro entonces que no se trata de proponer un análisis “completo” o “exhaustivo” de los textos que componen el corpus. Semejante propósito no sólo sería ilusorio dado el estado actual de nuestros conocimientos acerca del funcionamiento de los fenómenos discursivos y los instrumentos de análisis disponibles; supondría además una con-

cepción errónea de la naturaleza del discurso. Al mismo tiempo, el papel del concepto de ideología con relación al análisis de textos, resulta así relativamente claro: proporcionar un principio de homogeneidad a la selección de los textos y a su lectura. Desde el punto de vista metodológico, pues, lo ideológico es una relación entre lo textual y lo extra-textual, relación que aparece bajo la forma de hipótesis que vinculan ciertos aspectos de los textos con sus condiciones de producción.

SOBRE LAS CONDICIONES DE PRODUCCION

El conjunto de fenómenos a los que se alude al hablar de las "condiciones de producción" del discurso es de una enorme complejidad. Me parece evidente que la noción misma de "condiciones de producción" debe ser precisada. Trataré aquí de hacerlo, no en general o desde una perspectiva puramente teórica, sino más bien con relación a la investigación específica de la que se trata en este trabajo. Esta decisión se justifica: la conceptualización de las condiciones de producción reviste siempre (cuando el propósito es investigar **empíricamente** las ideologías) la forma de un conjunto de decisiones metodológicas.

(a) Conviene señalar, ante todo, que lo que he llamado el **invariante referencial** constituye de hecho una de las condiciones de producción de los textos que me propongo analizar. Vale decir, son textos que "hablan de una misma cosa". Este criterio puede parecer exageradamente vago. Aunque sin duda se trata de un criterio intuitivo, no creo que encierre, en la **práctica** de la investigación, problemas insolubles. Los acontecimientos sociales se insertan en los medios de comunicación de masas de una manera regular y obedeciendo a un ritmo temporal fijo. Si elegimos un acontecimiento "importante" (otra vez, esta importancia es definida intuitivamente y con relación a hipótesis sobre la pertinencia ideológica), hallaremos referencias al mismo en todos los medios correspondientes a un determinado período. Puesto que se trata del "mismo acontecimiento", las diferencias textuales serán atribuïdas a diferencias en el plano de los procesos de semantización que caracterizan, precisamente, a cada medio.

(b) En segundo lugar, es necesario decidir qué medios serán estudiados, y este problema tiene que ver también con las condiciones

de producción. El conjunto de los medios masivos en una sociedad determinada es un sistema de una enorme complejidad, cuyas articulaciones no han sido todavía investigadas en detalle. El presente trabajo se limita a la **prensa escrita**, lo cual constituye ya una restricción importante. Pero aún si nos limitamos a la prensa escrita, debemos enfrentar un universo extremadamente articulado. Necesitamos pues ciertos criterios que nos permitan establecer la **comparabilidad** de los textos que formarán el corpus. Dichos criterios conciernen no menos de tres aspectos: la **periodicidad**, que determina a su vez (parcialmente) **géneros**, los cuales se caracterizan por asumir ciertas **funciones** predominantes. La combinación de estos tres aspectos ("periodicidad", "función" y "género") nos permite ya identificar un objeto un poco más preciso: los **semanarios de noticias**. En muchos casos, la nomenclatura social misma traduce bastante bien esa combinatoria: **newsweekly magazine**, en los Estados Unidos; **hebdomadaire d'information**, en Francia; **revista semanal de noticias**, en varios países de habla española. Es fácil advertir que, en este plano puramente descriptivo, trabajamos sumergidos en plena mitología social, en la medida en que no hacemos otra cosa que seguir los trazos de una identificación socialmente institucionalizada. Es muy posible que los resultados de la investigación indique la necesidad de desmembrar estos sistemas sociales de clasificación, y establecer otras tipologías acordes con criterios teóricos sobre la pertinencia ideológica. Dejamos aquí esta cuestión enteramente abierta.

Conviene subrayar que en el **conjunto** de los tres criterios o aspectos lo que nos permite esta primera identificación: hay semanarios que no son "de información" (semanarios para la mujer, para el hogar, los semanarios deportivos, etc.); la función "informativa" (categoría social típica: la "actualidad") puede ejercerse, dentro de ciertos límites, a través de periodizaciones diferentes: diarios, semanarios y tal vez hasta publicaciones mensuales (2). Por otra parte, la función no es nunca exclusiva: se trata más bien de una cuestión de predominio, que no impide la manifestación de otras funciones secundarias (los semanarios de información pueden contener, por ejemplo, "informes especiales" cuyo tema no está específicamente asociado a ningún hecho de la "actualidad" semanal).

(c) En una primera etapa, parece prudente entonces desarrollar el análisis comparativo dentro de los límites de un mismo género. Este criterio es importante debido a que los géneros se co-determi-

nan, unos géneros presuponen otros, lo cual constituye otro aspecto de las condiciones de producción. El ejemplo más trivial concierne la relación entre los semanarios y los diarios: los primeros presuponen, en la mayoría de los casos, que sus lectores han leído ya los segundos. Los semanarios no se dirigen a un lector que ignora lo que ha ocurrido durante la semana; por el contrario, le proponen elementos más generales, criterios de interpretación, por decirlo así, relativos a hechos que le han sido ya descritos por la prensa diaria. De esta manera, los semanarios son una suerte de “metalenguaje” cuyo referente es la actualidad **en tanto discurso producido por los diarios**, más bien que los hechos “en sí mismos” (caso de la “noticia”). Esta característica de los semanarios los vuelve, precisamente, estratégicos para el estudio de las ideologías. Lo cual no quiere decir, en modo alguno, que los semanarios sean “más ideológicos” que los diarios, sino simplemente que es probable (dado el nivel de discurso que contienen) que resulte más fácil **para nosotros** identificar operaciones ideológicas. La naturaleza estratégica de los semanarios resulta de nuestra ignorancia y de la pobreza de los instrumentos con los que contamos en la actualidad, y no de supuestas propiedades intrínsecas a los semanarios mismos, por comparación con otros géneros como los diarios.

(d) La mercancía que llamamos un “semanario de información”, tal como llega a manos de cada consumidor, es un objeto de una complejidad extraordinaria desde el punto de vista de su estructura significante. En la medida en que vamos a trabajar con textos que han sido **extraídos** de los semanarios, vale decir, con textos que no sean sino un fragmento del “paquete” constituido por los elementos significantes que componen el conjunto de cada número, este contexto, con relación a los textos específicos que vamos a analizar, debe ser considerado como un aspecto de las condiciones de producción. En otras palabras: ciertas propiedades de los textos que integrarán nuestro corpus están determinadas por el hecho de su inserción en el contexto del semanario considerado en su conjunto. Semejante criterio no debe sorprender, puesto que traduce una dimensión importante de la **técnica de fabricación** de los semanarios: en efecto, un artículo dado se construye teniendo en cuenta que habrá de ser insertado en un lugar definido del número. Este tipo de restricciones adopta, a nivel consciente, la forma de **normas** referidas a la longitud del artículo, su posición relativa dentro de una sección, la clase de título que llevará, su “tono”, etc. Las decisiones globales concernientes a la es-

tructura general de cada número se toman a veces antes de la redacción de cada una de las notas; tales decisiones afectan a su vez otras decisiones, como por ejemplo la elección del redactor que tendrá a su cargo un determinado tema. O bien (lo que ocurre con frecuencia) un cierto acontecimiento que se produce cuando la estructura del número ha sido ya establecida en sus grandes líneas, puede exigir reordenamientos que se deciden a último momento. Los cambios que resultan implican, en la mayoría de los casos, modificaciones considerables del material que estaba ya preparado. Está claro que esta problemática se vincula a un campo relativamente autónomo de investigación, a saber, el de los **procedimientos técnicos** que integran la “fabricación” de un medio de comunicación de masas en tanto “paquete textual”, campo que no ha sido aún explorado en forma sistemática. Desde el punto de vista metodológico, la observación importante es la siguiente: el conocimiento detallado de los mecanismos técnicos de la “fabricación”, es un elemento indispensable para comprender lo que encontramos en la superficie textual. Dentro del marco de este artículo, bastará con señalar que dichos procedimientos forman parte de las condiciones de producción de los textos, y que es preciso no olvidarlo.

(e) La observación que acabo de hacer es tanto más importante cuanto que los procedimientos técnicos están orientados a menudo por un modelo relativamente estructurado, el de las articulaciones internas del semanario, organizado en **secciones** y **sub—secciones** más o menos fijas, que producen un primer ordenamiento del material de lectura y contribuyen, sin duda, de una manera significativa, a determinar el “efecto de sentido” de cada texto. Nos encontramos aquí con verdaderos “sistemas de clasificación” de la realidad social. La naturaleza de esta articulación interna de los semanarios merecería por sí sola una investigación; sea como fuere, se trata de una organización interna muy estable y generalizada en sus grandes líneas, con relación a cada tipo de público. Si tomamos, por ejemplo, un semanario publicado en Chile, cuya circulación corresponde a la pequeña y gran burguesía, se parecerá más a *L'Express*, en lo que concierne su articulación interna, que a otro semanario chileno dirigido a las clases populares. Si bien no podemos desarrollar aquí en detalle este aspecto de la descripción de los semanarios, tal vez lo dicho baste para justificar la inclusión de la estructura global de cada tipo de semanario entre las condiciones de producción de los textos particulares que me propongo analizar.

(f) Este último ejemplo nos conduce a una dimensión extremadamente importante de las condiciones de producción, la que resulta del **consumo diferencial** de los semanarios. Si los criterios de periodicidad, función y género hacen posible una primera identificación destinada a situar nuestro objeto dentro del sistema de los medios de comunicación de masas, proporcionándonos así un principio de **comparabilidad** de los textos, el consumo diferencial nos permitirá establecer el eje principal que define las **variaciones sistemáticas** dentro del corpus. En efecto, el consumo diferencial corresponde claramente, en primer lugar, a fronteras de clase. En segundo lugar, se trata de un fenómeno muy estable, vinculado no sólo a medios masivos específicos (tal o cual semanario) sino también a **conjuntos** de medios, constituyendo así la base de verdaderos “universos de lectura”, relativamente cerrados. (3).

Conviene insistir en el hecho de que la articulación de clase es un criterio externo pertinente con relación a los receptores, **pero no con relación a los emisores** de los medios. En efecto, podemos decir que desde un punto de vista puramente “objetivo”, los productores de todos los semanarios que forman parte de nuestro corpus (como, por otra parte, los productores de la enorme mayoría de medios de comunicación de masas de gran circulación) pertenecen a la clase dominante. Esta observación es sin duda trivial, pero tiene importancia no olvidarla, sobre todo en el momento de las conclusiones: sean cuales fueren las diferencias significativas que podamos encontrar, está claro que sólo se referirán a variaciones dentro de un conjunto de discurso producido por la clase dominante. Lo cual no impide que pueda tener interés distinguir, dentro de ese universo, distintos tipos de textos cuyas diferencias están asociadas al hecho de que esos textos se dirigen a sectores diferentes de la estructura de clases. Dicho de otro modo: vamos a comparar entre sí textos dirigidos a (y consumidos por) la clase obrera, por un lado, y textos dirigidos a (y consumidos por) la pequeña y gran burguesía, por otro lado. Si los resultados revisten algún interés, podremos extraer conclusiones sobre la ideología burguesa, pero careceremos del menor fundamento para hablar, **a partir de este tipo de investigación**, de la ideología de la clase obrera en sí misma: es poco probable que esta última se exprese en los semanarios de gran circulación que le están dirigidos y que se hallan objetivamente controlados por sectores de la clase dominante.

Dicho esto, conviene agregar que el término “objetivo”, que he

utilizado para hablar de los criterios de identificación de los productores de lo textos, tiene un sentido muy preciso: **no afirmo tampoco** que las variaciones que podamos encontrar no tienen nada que ver con la ideología de la clase obrera. Si suponemos que los medios masivos ejercen una influencia sensible sobre los grupos que los consumen (cosa que, a decir verdad, debe ser demostrada) podríamos entonces inferir que la difusión masiva y constante de cierto tipo de mensajes afecta el desenvolvimiento y los cambios de la ideología obrera misma. En todo caso, se trata de una hipótesis empírica que exige, para ser puesta a prueba, datos de naturaleza diferente a los que podemos obtener con esta investigación. Sea como fuere, los criterios externos utilizados para la constitución del corpus ponen en juego la variable clase social desde un punto de vista objetivo: pertenencia de clase de los productores (emisores) de los textos (donde metodológicamente se trata más bien de una constante, puesto que los productores de todos los textos analizados pertenecen a sectores de la burguesía) y pertenencia de clase de los consumidores (receptores) de los textos (donde tenemos una variable con dos valores: clase obrera por un lado, pequeña y gran burguesía por otro lado). Resta establecer si estas variaciones objetivas están asociadas a variaciones en la ideología transmitida o contenida en los textos, variaciones que a su vez podrían ser interpretadas a la luz de la estructura global del sistema de clases sociales y con relación a los procesos de producción y difusión de ideología a través de los medios masivos.

(g) Lo que precede me permite introducir un comentario concerniente a ciertas interpretaciones de la teoría marxista de las ideologías, en particular a la hipótesis, frecuentemente repetida, según la cual “la ideología dominante es la ideología de la clase dominante”. Está claro que semejante hipótesis admite varias interpretaciones diferentes. Si dejamos de lado los contextos en los cuales no parece ser otra cosa que una simple tautología, dicha hipótesis deriva a menudo, en mi opinión, de una concepción a la vez **monolítica** y **funcionalista** de la relación ideología/clase dominante. Si se interpreta como principio teórico, no me parece que corresponda a una lectura adecuada de los análisis de Marx en los cuales está en juego el concepto de ideología si la entendemos, en cambio, como hipótesis empírica, referida a ciertas propiedades específicas del universo cultural de una sociedad capitalista, me resulta difícil imaginar cómo se podría dar cuenta de la complejidad de dicho universo, sobre la base de una hipótesis tan simplista y vaga como la que discutimos. En todo caso,

es preciso establecer los medios para ponerla a prueba, cosa que no parece interesar demasiado a los que suelen repetirla.

Las observaciones hechas hasta aquí a propósito de las participaciones de producción de los textos, bajo la forma de principios de método, indican claramente que este trabajo acuerda mucha importancia al estudio de las **variaciones** ideológicas dentro de un universo de textos objetivamente vinculados a sectores de la clase dominante, pero cuya organización interna nos es todavía casi completamente desconocida.

Resumo en pocas palabras los criterios externos utilizados para la constitución del corpus de textos. Vamos a comparar textos extraídos de un mismo “género” dentro de la comunicación de masas (los “semanarios de información”) que han sido seleccionados con relación a un referente constante (“hablan de la misma cosa”) pero que están dirigidos a públicos diferentes en cuanto a su pertenencia de clase, vale decir, se trata de textos que tienen **receptores de clase** diferentes.

Agregaré dos observaciones sobre el problema general de las condiciones de producción. Ambas conducen a problemas extremadamente complejos que no podemos desarrollar en detalle dentro de los límites de este artículo, consagrado sobre todo al análisis de textos.

(h) Los criterios de clase que acabamos de mencionar sirven para establecer un agrupamiento sincrónico de los textos, en términos de la información existente acerca de la circulación de los semanarios. No caben dudas, sin embargo, de que nuestros textos están además históricamente localizados: como veremos, nuestro análisis permite detectar operaciones que caracterizan la producción de un tipo particular de discurso. Esta producción tuvo lugar en la Argentina (y también en otros países de América Latina) durante la década del sesenta. Algunas de esas operaciones son tal vez típicas del género estudiado más allá de dichos límites temporales específicos y tal vez también más allá de la fronteras mencionadas: probablemente caracterizan el género en cuestión a nivel internacional. Sea como fuere, no tenemos todavía datos para verificar estas generalizaciones. Resulta claro pues que nuestros resultados no tienen ninguna pretensión de universalidad: la localización histórica forma parte, también, de las condiciones de producción. Aun cuando nos encontremos frente a pro-

piedades de los textos dotadas de una gran generalidad (como es, muy probablemente, el caso de algunas de las propiedades que describiremos aquí) no podemos hacer ninguna extrapolación sin establecer nuevas comparaciones y sin desarrollar otros análisis que no han sido realizados todavía. En consecuencia, y más allá de un cierto número de hipótesis teóricas muy abstractas, no creemos que sea posible acceder de una manera inmediata a lo que sería "la ideología en general". En la actualidad, por otra parte, semejante pretensión de universalidad sólo podría llevarnos banalidades sin interés, como las que encierran a menudo las fórmulas sobre "la ideología dominante".

(i) El principio de localización histórica es, en sí mismo, demasiado indeterminado: no podemos contentarnos con una referencia general a la historia que se reduciría entonces, ella también, a una trivialidad sin consecuencias. Este principio exige una elaboración más precisa, justamente, de los conceptos que conciernen la estructura de clases en relación a los textos. Es evidente que no podremos limitarnos a la distinción genérica entre clase obrera y burguesía; será preciso ir más allá, introduciendo consideraciones más detalladas sobre la evolución de la lucha de clases y también, en consecuencia, sobre los principales caracteres de la coyuntura política, vale decir, sobre las alianzas de clase. Este tipo de análisis deberá apoyarse a su vez en una descripción del proceso de desarrollo del modo de producción capitalista, como horizonte global del análisis histórico.

— * — * —

Lo dicho hasta aquí se refiere a la conceptualización de las condiciones de producción de los textos. Esta conceptualización preside la definición de una lectura ideológica posible de esos textos. Está claro pues que, desde este punto de vista, un análisis de textos orientado al estudio de lo ideológico en el seno del discurso debe ser encuadrado por un conjunto de hipótesis externas que permiten constituir el corpus, por un lado, y detectar operaciones pertinentes dentro del mismo, por otro lado. Lo cual significa —una vez más— que la presencia de lo ideológico en el discurso no consiste en propiedades inmanentes a los textos, sino en **un sistema de relaciones** entre el texto, por una parte, y su producción, su circulación y su consumo, por otra, dicho esto, tal vez no sea inútil subrayar que este sistema de relaciones **pasa siempre por el texto**. En otros términos, **el texto es precisamente el lugar donde dicho sistema se constituye en tanto producción**

discursiva de la significación. No se trata entonces de “agregar”, a una descripción ya hecha de operaciones discursiva, una masa de información externa destinada a ayudarnos en la “interpretación” de lo que hayamos podido encontrar en el corpus. Una consideración externa forma parte de la descripción de las condiciones de producción, sólo en la medida en que es pertinente con relación al texto mismo. **Las condiciones de producción merecen ese nombre sólo en la medida en que han dejado sus huellas en el discurso.** Diré entonces, desde este punto de vista, que el texto mismo no es otra cosa que el lugar de constitución de sus propias determinaciones.

EL CORPUS

En 1967, presenté una tentativa de análisis textual sobre la base de un corpus compuesto por los textos aparecidos en dos semanarios argentinos acerca de un atentado político que tuvo una resonancia particular: en la noche del 13 al 1 de mayo de 1966 Rosendo García, líder peronista del sindicato metalúrgico, había sido asesinado (4).

Los resultados de este intento de análisis textual fueron publicados en 1969 (5). En aquel momento, yo estaba interesado en las posibilidades de un análisis ideológico de textos extraídos de los medios de comunicación de masas, y más específicamente, en la semantización por estos últimos de los acontecimientos de violencia política. Dada la carencia tanto de teoría como de métodos de manipulación de los textos, me parecía importante estudiar la semantización de hechos cuyo impacto social, fuera lo bastante grande como para estimular, con una fuerza particular, el funcionamiento de mecanismos ideológicos en la producción textual. Esta hipótesis me parece todavía válida hoy. No se trata de afirmar que hay texto “más ideológicos” que otros, como ya lo señalé a propósito de la comparación entre diarios y semanarios. Es posible e incluso probable que un artículo sobre acontecimientos deportivos encierre tanta ideología como una nota sobre la actualidad política. Se trata más bien de colocarnos en las mejores condiciones posibles para esbozar la descripción de un universo de operaciones semánticas del que no sabemos casi nada.

El lunes 30 de junio de 1969 Augusto Vandor, el líder más importante del sindicato de los metalúrgicos y tal vez del movimiento peronista en su conjunto, cayó también víctima de un atentado. Incluso en un plano manifiesto, ambos asesinatos estaban vinculados entre

sí. Rosendo García había sido uno de los íntimos colaboradores de Augusto Vandor (6).

El análisis que sigue concierne principalmente a textos referidos a la muerte de Augusto Vandor: decidí constituir un segundo corpus con textos producidos a tres años de distancia de los primeros, y referidos a un hecho del mismo tipo. El agrupamiento de los textos dentro del corpus es muy semejante al que realicé en oportunidad del análisis de la muerte de Rosendo García, salvo que esta vez, en lo que concierne los medios masivos cuya circulación corresponde a la pequeña y gran burguesía, voy a analizar varios semanarios y no uno solo como en el caso anterior. En cuanto a los textos cuyo consumo predominante se ubica en las clases populares, se trata del mismo semanario que había sido analizado en ocasión del atentado a Rosendo García. Por otra parte, este semanario popular era el único de gran circulación existente en ese momento y dirigido a ese tipo de público. Para constituir el corpus del caso Vandor, he tomado el primer número de cada semanario aparecido después del atentado; en consecuencia, la distancia temporal con relación al hecho no es siempre la misma, dado que los distintos semanarios aparecen en diferentes días de la semana.

A medida que avancemos en el análisis, haré referencia a otros textos, seleccionados de una muestra al azar establecida para cada semanario en el período 1964—1971. Este procedimiento me permitirá realizar una primera evaluación del grado de generalidad de las operaciones semánticas detectadas en el corpus de base (el constituido por los textos sobre la muerte de Vandor) y, tal vez, llegado el caso, modificar la descripción inicial de dichas operaciones.

Los textos que discutiré en detalle en este artículo son sólo un fragmento del corpus correspondiente al caso Vandor, lo cual obedecerá simplemente a razones de espacio. Trabajaremos casi exclusivamente con los titulares. En estos textos, trataré de describir ciertas operaciones que me parecen las más importantes y generales para distinguir dos tipos de discurso de los semanarios de información.

En el Cuadro 1 se detallan las fuentes de donde los textos han sido extraídos, agrupadas en términos de su circulación de clase predominante. En principio, sólo nos ocuparemos de las diferencias entre sí por un lado, y todos los semanarios de la columna de la izquier-

da, por otro lado. Es allí donde se sitúa, según mi hipótesis, la diferencia clave asociada a variaciones sistemáticas en el plano de las operaciones ideológicas. Se indican entre paréntesis las abreviaturas que utilizaré para identificar los textos.

CUADRO 1

Semanarios de circulación predominante en los estratos medios y la gran burguesía

Primera Plana (Pp)
Panorama (Pa)
Análisis (An)
Confirmado (C)

Semanarios de circulación predominante en la clase obrera

Así (A)

Gente (G) +

+ De acuerdo con los datos existentes sobre circulación para el período considerado, **Gente** es un semanario que se encuentra en una posición intermedia: circula (con un tiraje mucho más elevado que los semanarios de la columna de la izquierda, aproximándose en este sentido el semanario “popular”) en los estratos medios y bajos de la clase media y también, parcialmente, en los estratos superiores de la clase obrera. He querido retenerlo como texto de “transición” entre los dos extremos, más alejados, de nuestra comparación principal.

NOTA: Todos los textos concernientes al caso Vandor han sido publicados entre el 3 y el 10 de julio de 1969.

Una última convención podrá facilitar el análisis. Para referirnos en general al clivaje principal entre los semanarios (entre los de la columna de la izquierda y el de la columna de la derecha) hablaremos en lo que sigue, respectivamente, de semanarios “burgueses” (B) y de semanario “popular” (P). Dicho esto, conviene no olvidar que se trata de una elipsis: tanto el segundo como los primeros son todos semanarios “burgueses” en lo que hace a sus productores: la calificación se refiere pues exclusivamente a su circulación.

EL ENCUADRE DE LOS ACONTECIMIENTOS: ANAFORA E IDENTIFICACION

La naturaleza de los títulos o titulares como fenómeno discursivo no ha sido estudiada, que yo sepa, de una manera sistemática. Parece posible afirmar que un "título" contiene no menos de dos dimensiones fundamentales. En primer lugar, una dimensión **metalingüística**: se trata siempre, en efecto, del título de un discurso que se desarrolla a continuación del título. En este sentido, todo título **califica** al discurso que le sigue, lo **nombra**. En segundo lugar, todo título posee también una dimensión **referencial**: al igual que el discurso del cual es el nombre, el título habla, él también, de "algo". El modo particular en que se combinan estas dos dimensiones de un título, constituye lo que llamaré el **encuadre del discurso** (que es siempre y al mismo tiempo, en el discurso de tipo "informativo", el encuadre del acontecimiento del cual se habla).

Esta caracterización del vínculo título/texto es puramente formal o, por decirlo así, definicional. Ahora bien, en el análisis del caso García, tuve la ocasión de constatar una relación más precisa entre el título y el texto; en términos generales, ciertas propiedades del texto parecían estar ya presentes en los titulares. Esta correspondencia ha sido ampliamente confirmada por mis investigaciones posteriores. Al menos en los semanarios, una de las funciones principales de la operación de encuadre parecía ser la de anticipar ciertas propiedades del discurso que resulta así encuadrado; el título encierra muy a menudo el "núcleo" del tipo de tratamiento de la información que se manifestará luego con mayor detalle en el texto. El punto importante es aquí el siguiente: esta correspondencia entre el encuadre del texto y el texto mismo no concierne el plano del contenido manifiesto de los títulos y de los textos, sino **las operaciones semánticas profundas que subyacen al conjunto del discurso**. El encuadre es justamente muy distinto en los semanarios B y P; de ahí el interés estratégico del estudio de los titulares.

La correspondencia a la que acabo de referirme puede estar ligada a factores de recepción bien conocidos: una proporción bastante elevada de lectores de la prensa escrita no hace otra cosa que recorrer los títulos, consagrando al texto mismo una atención muy débil y fragmentaria. Consciente o inconscientemente, los productores pa-

recenten concentrar en la operación de encuadre ciertos aspectos críticos del proceso de producción del texto.

Dada la importancia particular del hecho que motivó la producción de los textos que componen nuestro corpus, todos los semanarios hicieron referencia al mismo en sus tapas. Está claro pues que, en este caso, el encuadre no opera solamente con relación a los textos que hablan del acontecimiento en cuestión, sino con relación **al conjunto del número**: en tapa, el encuadre proporciona el tono del “universo semántico de la semana”. Comenzaremos pues por el encuadre de tapa.

Cuadro 2

Titulares de tapa

- | B | P |
|--|--|
| (1) ARGENTINA: LA HORA
DEL MIEDO

(Pp) | (6) EL ASESINATO DE
AUGUSTO VANDOR (A) |
| (2) SINDICATOS: ENTRE
ONGANIA Y PERON (C) | |
| (3) CRIMEN POLITICO: ¿Y
AHORA QUE?

(Pa) | |
| (4) Sin soluciones políticas
CRIMEN Y REPRESION

(An) | |
| | (5) a) EL MOMENTO DRAMATICO QUE
VIVE EL PAIS
b) LA MUERTE DE VANDOR
c) LOS ATENTADOS TERRORISTAS

(G) |

- Dos observaciones generales sobre el conjunto de títulos que se presenta en el Cuadro 2. Ante todo, es fácil advertir que resulta imposible encontrar, en este conjunto, un solo título que sea un enunciado "normal" desde el punto de vista lingüístico. Se trata, en todos los casos, de frases "incompletas", que se parecen más bien a lo que en las discusiones en torno a la teoría de la referencia se llamó "descripciones" (7). En un solo caso (5a) hallamos un verbo en modo personal, pero la frase misma es incompleta. Sería completamente erróneo "normalizar" estos textos, transformando las frases en "enunciados mínimos" que sean "aceptables" desde el punto de vista de la gramaticalidad. Estas estructuras, que no corresponden a los modelos teóricos de lo que es un "enunciado correcto", constituyen precisamente una de las propiedades esenciales de lo que es un título en la prensa escrita: es evidente que los "titulares" no utilizan las reglas "normales" de la gramática (8).

En segundo lugar, no hay que olvidar la observación referida a la naturaleza "metalingüística" de los semanarios en general: entre los títulos del Cuadro 2, incluso aquellos que hacen referencia directa o explícita al hecho en cuestión, que existe un hombre que se llama Vandor y que ha sido muerto (9). Comparemos (5b) y (6), con los títulos de dos diarios que informan del mismo acontecimiento:

Asesinaron a balazos al dirigente gremial Vandor (**La Nación**)

El dirigente gremial Augusto Vandor fue muerto a tiros en un atentado que epilogó con una bomba (**La Razón**).

El grado más elevado de presuposición en los títulos de los semanarios por comparación con los títulos de los diarios, caracteriza a los primeros de una manera general: dado que esta diferencia no está asociada a nuestro olivaje de clase dentro del universo de los semanarios, no nos ocuparemos aquí de ella. Lo que nos interesa, por el contrario, es el tipo de relación entre el título y el acontecimiento que el título describe. Como veremos, esta relación no puede ser reducida a un fenómeno de presuposición, sino que pone en juego la teoría de la referencia en su conjunto. No se trata, naturalmente, de comparar el título con el hecho mismo, dado que este último es para nosotros una suerte de constante desconocida; se trata más bien de comparar los títulos entre sí, y también de comparar cada título con el hecho **tal como éste es descrito en el texto** al cual el título sirve de encuadre.

Que los fenómenos que nos interesan van mucho más allá del campo de la teoría de la presuposición tal como ha sido expuesta por Ducrot, entre otros, resulta claramente de lo que hemos dicho sobre la "anormalidad" de estos fragmentos de texto que constituyen los títulos de la prensa escrita. En efecto, dado que no trabajamos con enunciados y que nos negamos a "normalizar" nuestro material, resulta difícil imaginar cómo podríamos aplicar los criterios sintácticos propuestos por Ducrot, a saber, la transformación interrogativa y la transformación negativa, necesarios para volver explícitos los contenidos semánticos presupuestados (10).

El Cuadro 2 contiene un cierto número de diferencias entre los semanarios de tipo B y el de tipo P. Como veremos, estas diferencias trascienden ampliamente el corpus específico del que hemos partido. Trataremos ahora de esbozar una descripción de las mismas.

Como primera aproximación, parece posible decir que los títulos (1) a (4) son mucho más "indeterminados" que el título (6) y también que el conjunto (5a, b, c) (11). El personaje central del acontecimiento es **nombrado** en (5) y en (6) mientras que, por el contrario, los títulos (1) a (4) muestran una propiedad notable: si sólo contáramos con esos textos, nos resultaría imposible determinar a qué acontecimiento específico se refieren. Formularemos la hipótesis de que esta diferencia, enunciada por el momento de modo puramente intuitivo, está asociada a operaciones de encuadre diferentes, cuya naturaleza se trata de establecer. Antes que nada, conviene recorrer la muestra al azar que mencioné más arriba. Al hacerlo, es fácil constatar que la diferencia en cuestión es **constante y sistemática** entre los tipos B y P de semanarios. En el Cuadro 3 se reproducen algunos ejemplos adicionales de títulos extraídos de tapa y también de secciones internas (las mayúsculas corresponden aquí a los títulos de sección).

La generalidad de esta diferencia nos indica pues que merece un análisis más detallado. Por otra parte, se trata de una diferencia que ya habíamos señalado en oportunidad del estudio sobre el caso García. En efecto, he aquí los dos primeros títulos de los dos tipos de semanarios, extraídos del corpus de Rosendo García:

Cuadro 3

Tipo B	Tipo P
(7) EL PAIS Las fronteras de la paciencia (Pp, 13—9—66)	(12) La tragedia cordobesa (A, 10—6—69)
(8) EL PAIS Vuelo nocturno (Pp, 3—11—70)	(13) Verdades y mentiras de la catástrofe de River (A, 6—7—68)
(9) El juego sucio (Pp, 13—6—72)	(14) El calvario de un líder obrero (A, 17—6—69)
(10) LA ARGENTINA Gobierno: la estrategia de la aproximación indi- recta (Pa, 1—6—71)	(15) Cocaína Importante detención en Salta (12) (Cc, 25—9—65)
(11) LA NACION Octubre no parece generoso (C, 30—9—65)	

Tipo B	Tipo P
(16) LA NACION Los primeros disparos	(17) ASESINATO POLITICO Seis peronistas asesinados a balazos

Tanto los ejemplos tomados de la muestra (Cuadro 3) como los títulos correspondientes al caso García, muestran bien que la especificidad relativa de los títulos de los semanarios populares no debe ser necesariamente atribuida a la presencia de un nombre propio: aún en ausencia de nombres propios, la identificación de un acontecimiento determinado es más precisa que, en los títulos del tipo B.

Dicho de otro modo: podemos imaginar la mayoría de los títulos de los semanarios burgueses aplicados a otros acontecimientos diferentes de aquellos a los que se refieren. La aplicabilidad a otros hechos de los títulos del tipo P sería, en cambio, mucho más restringida.

El problema que se plantea es entonces el siguiente: cómo dar una forma más precisa a esta intuición inicial de una diferencia pertinente? Una conclusión se impone: parece posible decir que la dimensión referencial es muy marcada en los títulos del tipo P, mientras que en los del tipo B la dimensión meta—lingüística pareciera predominar en desmedro de la dimensión referencial.

En los títulos de los semanarios populares hay siempre indicadores que permiten individualizar el acontecimiento, ya se trate de un nombre propio, ya de operadores situacionales. En la mayoría de los casos, se trata de **expresiones de referencia única con identificación** (13). Es evidente en cambio que en los títulos del tipo B no hay identificación de un hecho singular (lo que expresamos intuitivamente al decir que esos títulos podrían ser aplicados a hechos muy diferentes). En la medida en que no designan ningún acontecimiento singular, la función metalingüística es predominante: los títulos de los semanarios burgueses **son los nombres de los discursos que ellos introducen**. Diré entonces que los títulos de los semanarios burgueses contienen **denominaciones**.

Tratemos de precisar un poco más. Los títulos del tipo P contienen una operación que ubica el acontecimiento en cuestión en una clase, pero el conjunto del título consigue justamente producir la individualización de un miembro singular de dicha clase. Una clase es nombrada: la de los asesinatos (6), la de las tragedias (12), la de las catástrofes (13), la de los calvarios (14), la de las detenciones importantes (15), pero un especificador produce siempre la identificación: Augusto Vandor (6), cordobesa (12), River (13), Salta (15), líder obrero (14), seis peronistas (17). Las denominaciones contenidas en los títulos del tipo B conciernen en cambio conjuntos de acontecimientos o de procesos indeterminados: los que justifican que se trate de la hora del miedo en el país, o de un juego sucio, o de una estrategia indirecta por parte del gobierno; todo aquello que hace que octubre sea un mes poco propicio, etc. Dentro de estos conjuntos, el acontecimiento que motiva el encuadre se ubica como siendo un hecho entre otros hechos que justifican la denominación.

Lo que acabamos de decir plantea, sin embargo, un problema: ¿cómo es posible que se produzca esta ubicación del hecho en cuestión en una clase (no definida) que contiene otros miembros, si no hay identificación del hecho que motiva el encuadre? En otras palabras: nuestra interpretación implica que en los títulos B hay también una operación de clasificación; ahora bien, si el título consigue clasificar el hecho, debe haber en algún lado un **flechaje** que recaiga sobre un elemento semántico que haga posible la individualización de lo que debe ser clasificado. ¿Cómo se establece entonces, en los títulos del tipo B, el vínculo entre la denominación (general, englobando acontecimientos no individualizados) y el hecho específico del que sobre todo se trata?

Volvamos al Cuadro 2 para ver las diferentes maneras posibles de producir discursivamente dicho vínculo. Como ya lo dijimos, en el caso de los semanarios populares hay identificación o, si se prefiere, el título nos permite obtener una clase compuesta por un solo miembro: en efecto, “asesinato de Augusto Vandor” hay uno y sólo uno. En el conjunto (5), encontramos una operación que se ubica ya en otro nivel, pero que es todavía explícita: hay allí la **enumeración** de dos hechos (la muerte de Vandor, los atentados terroristas) que “componen” “el momento dramático que vive el país”, es decir, que justifican esa denominación. La diferencia de nivel lógico entre 5a por un lado, y 5b y c por otro lado, vale decir, el hecho de que b y c son una especificación de a, está marcada por medio de elementos paralingüísticos: 5a es un título blanco y más grande que 5b y c; éstos últimos son iguales entre sí y de color rojo. En el otro extremo, nos encontramos con “La hora del miedo” (que parecería en principio comparable a “El momento dramático”): no existe en el texto la menor indicación acerca de los hechos a los que la denominación se refiere. En suma: en (6) hallamos el análogo de un **flechaje** en (5), una clase (aquella constituida por los hechos que hacen que la situación que vive el país sea “un momento dramático”) y además un **recorrido** de los dos miembros de la clase; en (1) sólo encontramos la denominación.

Retomemos ahora nuestra pregunta: ¿cómo se establece el vínculo entre el acontecimiento específico (la muerte de Vandor) y la denominación genérica, en los títulos de los semanarios burgueses?

Si a propósito de los semanarios populares hablamos de **refe-**

rencia única con identificación, en el caso de los títulos de los semanarios burgueses diremos que contienen una operación de referencia anafórica. Con esta expresión quiero decir que el vínculo entre la denominación y el acontecimiento se establece por **contextualidad** o **co-presencia** (puesto que no hay, en el título mismo, ningún identificador): son los reenvíos discursivos mismos (vale decir, un reenvío del título a alguna otra cosa que está también presente en el discurso del semanario) los que producen dicho vínculo. Esta "otra cosa" puede ser ya el texto mismo del artículo (cuando se trata de un título interno) ya la imagen de tapa (como es el caso de los títulos reproducidos en el Cuadro 2). Está claro entonces que atribuimos a los títulos (o, si se prefiere, que incluimos en la definición misma de lo que es un título) la propiedad de contener una operación análoga a la que ha sido descrita en un plano puramente lingüístico como un **flechaje hacia adelante**, es decir, como un fenómeno anafórico, pero que en nuestro caso es de naturaleza discursiva y no intra-frástica (puesto que en el fondo se trata de un conector) (14).

En el caso de los títulos del Cuadro 2, el segundo término del vínculo anafórico es, en efecto, la imagen de tapa. Todos los semanarios considerados reprodujeron en tapa una fotografía de Augusto Vandor. En tres casos (Pp, C y An) la imagen está acompañada de un epígrafe dando el nombre completo del muerto. Es evidente pues que en los semanarios del tipo B, el título reenvía a la imagen, y ésta (con o sin epígrafe) toma a su cargo la operación de identificación. En los casos (5) y (6), por el contrario, el flechaje hacia adelante contenido en el título produce una **redundancia**, puesto que el peso identificatorio de la imagen no hace sino reforzar una identificación que ya ha sido hecha explícitamente en el material lingüístico del título.

Ahora bien, la naturaleza de las relaciones lenguaje/imagen depende de las propiedades respectivas que es posible detectar, en cada caso, en una y otra materia significante. Si tomamos los dos elementos que parecen los más alejados entre sí (1 y 6), tenemos la ventaja de que el material fotográfico es prácticamente el mismo: en efecto, los semanarios Pp y A reprodujeron en tapa dos fotografías casi idénticas: el rostro de Vandor tomado en el momento en que yacía en el ataúd. (Dejamos de lado el hecho de que una imagen es en colores y la otra en sepia). Exploraremos entonces la diferencia con-

cerniente a la relación lenguaje/imagen, resultante de la diferencia lingüística entre los títulos, que ya hemos descrito.

¿Cuáles pueden ser las consecuencias, en el plano del “efecto de sentido”, de una relación anafórica texto/imagen (soporte de una operación de identificación) en el caso de Pp, por comparación con una relación de redundancia, en el caso de A? A mi juicio, se impone una conclusión: En el primer caso, la naturaleza anafórica del vínculo, permite establecer entre el texto y la imagen **una relación discursiva que consiste en mostrar la imagen como una especie de “prueba” de la legitimidad de la denominación**. Algo así como: es la hora del miedo en la Argentina, **he aquí la prueba**: Augusto Vandor ha sido asesinado. Este lazo discursivo es imposible en A, debido a la naturaleza redundante de la relación texto/imagen. En este caso, el vínculo no tiene nada de argumentativo, se trata simplemente de un refuerzo de la operación de referencia única con identificación, ya contenida en el título. Algo así como: Vandor ha sido asesinado, **he aquí su imagen**.

Llegados a este punto, me parece indispensable una observación metodológica. La pertinencia del análisis se establece en términos a la vez de diferencias entre la columna de la izquierda y la columna de la derecha, y de semejanzas **dentro de cada columna**. No sería muy difícil, por ejemplo, aplicar a nuestros textos los principios del análisis retórico, y se puede advertir, intuitivamente, que ciertas diferencias entre los títulos se ubican en este nivel. Es posible identificar diversas figuras retóricas, sobre todo en la columna de la izquierda. Y sin embargo, estos procedimientos retóricos no son constantes dentro de los textos del tipo B: si bien (9) podría ser asimilado a una operación metafórica, resulta radicalmente diferente, desde este punto de vista, del título (2). La descripción que hemos hecho de las operaciones referenciales dentro del encuadre, me parece en cambio satisfacer la doble condición que define nuestro criterio de pertinencia.

LA CONSTRUCCION DE LA TEMPORALIDAD SOCIAL

Hasta aquí, traté de describir una primera diferencia entre los semanarios burgueses y los populares, referida a la presentación global del semanario en tapa y al papel, en esta presentación, del

acontecimiento “dominante”, vale decir, al hecho que es tomado como “tema” de tapa. Pero la idea misma de un “acontecimiento dominante” plantea un problema: el acontecimiento, ¿es dominante respecto de qué? ¿Cómo se constituye su carácter dominante? Dicho de otro modo: ¿cómo se construye el vínculo entre este hecho y los otros hechos de los que habla al semanario? Es a partir de este tipo de preguntas que podemos llegar a conclusiones de orden más general. La diferencia concerniente a la operación referencial contenida en el encuadre de tapa (operación que sólo hemos descrito parcialmente) debe estar asociada, sin duda, a otras operaciones.

En primer lugar, como ya lo dijimos, los títulos de los semanarios burgueses son denominaciones de clases de hechos no identificados. La naturaleza misma de esta operación consiste pues en producir una “apertura”: el hecho principal es identificado (a través de la imagen) como una primera justificación de la denominación, pero **hay otros hechos** que pertenecen, ellos también a la clase definida por el título, a los cuales este último, dadas sus características, **se refiere sin identificarlos**. En la medida en que la denominación produce una clase compuesta por varios acontecimientos de los cuales se ha identificado uno solo (el hecho principal, por medio del flechaje fotográfico), este encuadre tiene dos consecuencias extremadamente importantes en el plano del “efecto de sentido”: (a) existe una pluralidad de acontecimientos que justifican la denominación; (b) “he aquí el acontecimiento principal”. La operación compleja: (denominación sin identificación + flechaje anafórico de un acontecimiento) produce pues a la vez **una pluralidad de hechos y un orden** concerniente a la **importancia relativa** de estos acontecimientos, dentro del conjunto.

La situación es completamente distinta en el caso de los semanarios del tipo P. En este caso el título, en la medida en que contiene la operación: (referencia única + identificación) sólo recae sobre **un** acontecimiento. No hay pues pluralidad. Se podría decir, en cambio, que existe un **orden**, puesto que el elegir un cierto acontecimiento y colocarlo en tapa implica una atribución de importancia relativa. Sin embargo, precisamente esos “otros hechos” con relación a los cuales el acontecimiento principal tiene una cierta procedencia no han sido objeto, en el semanario popular, de ninguna operación de referencia; no hay denominación que los abarque, aún sin identificarlos: no se

ha establecido ningún vínculo entre el hecho “principal” y otros hechos de los que se pueda hablar dentro del semanario.

Es aquí que adquieren relevancia ciertas consideraciones relativas al **conjunto** de cada semanario. En efecto, los semanarios burgueses poseen una estructura interna relativamente fija, articulada en secciones y subsecciones. En la mayoría de los casos, se anticipa en tapa la primera nota de la sección consagrada a las actualidades locales (nacionales) y también en la mayoría de los casos el título interno de dicha sección repite el título de tapa, (o bien el título principal de tapa, cuando hay varios). El semanario popular que forma parte de nuestro corpus, en cambio, **carece de secciones internas fijas.** (15). Al mismo tiempo, cuando se trata de un acontecimiento que es juzgado de gran importancia (como es el caso del atentado a Vandor) el hecho en cuestión tiende a “invadir” el semanario popular en su conjunto: sobre 32 páginas (incluidas las tapas) el material referido a la muerte de Vandor ocupa 23, es decir, más de las dos terceras partes del número. Este género de estructuración no se produce jamás en los semanarios burgueses: sea cual fuere su importancia, el hecho no destruye nunca la fuerte articulación interna, constituida por unas veinte secciones. En oportunidad del análisis del corpus del caso García, habíamos ya señalado esta diferencia. (16).

Resulta claro pues que la operación referencial de tapa es perfectamente complementaria de la estructura del conjunto de cada tipo de semanario. En el tipo B, la denominación sin identificación constituye la calificación metalingüística de un discurso que se desarrolla dentro del marco de una articulación muy compleja y constante; en este marco, un acontecimiento determinado ocupa cada semana el lugar del “máximo interés”, pero la operación lingüística de tapa no lo identifica. Es la imagen la que sugiere el hecho, como una especie de muestra de una clase más amplia, definida justamente como el referente plural de la denominación. En el tipo P, la tapa encierra una identificación que la imagen duplica, como “ilustración” que no va más allá de una identificación singular. Si en el semanario se habla de otros hechos (cosa que ciertamente ocurre) estos otros hechos no están relacionados de ninguna manera con el acontecimiento principal; no existe denominación que los abarque en una unidad de sentido. La ausencia de estructura interna (secciones) en el semanario popular, da lugar a una suerte de procedimiento iconizan-

te: cuanto más importante se considera el hecho, tanto más espacio se le consagra.

Me atrevería a decir que mientras la semana burguesa es a la vez articulada y unificada, la semana popular es atomizada y elástica. Esta última puede concentrarse casi enteramente en un solo hecho; como consecuencia, la semana popular es también menos diversificada. Sea como fuere, es preciso avanzar con cautela: espero poder mostrar en un trabajo subsiguiente que el estudio de los textos de las notas permite por una parte confirmar ciertas características anticipadas por el encuadre del discurso tal como se produce en los títulos, pero también permite enriquecer el análisis (y corregirlo). La articulación de los semanarios burgueses no es cualquier tipo de articulación; la atomización que caracteriza los semanarios populares se desenvuelve en un plano muy específico con relación al acontecimiento del que se trata. Bastará decir que tocamos aquí ciertos aspectos sumamente importantes del proceso de producción del sentido en los medios masivos, a saber, el **proceso de construcción del tiempo social**. El “trabajo” de esta construcción opera en todos los niveles de las materias significantes que constituyen el medio masivo; dicho “trabajo” constructivo consiste en proporcionar los principios destinados a identificar los hechos, a colocarlos en el tiempo histórico, a definir sus relaciones recíprocas, a explicarlos. La construcción significante de la realidad social se despliega bajo la forma de una “lógica natural” subyacente al ordenamiento de la materia lingüística y no lingüística. Para describir esta lógica, nuestros instrumentos son todavía extremadamente precarios, sobre todo si tenemos en cuenta el hecho que las diferencias pertinentes conciernen operaciones discursivas y no elementos lexicales definidos en superficie.

En lo que sigue, me limitaré a dar dos ejemplos destinados a ilustrar el tipo de problemas que plantea el estudio de esta “lógica”. Se trata de ejemplos aislados, pero que poseen una significación particular, dentro del análisis de nuestro corpus, en relación al olivaje de clase en el plano del consumo de los medios. El primer ejemplo me permitirá introducir la cuestión de los conectores discursivos; el segundo, el problema de las operaciones intertextuales. Por medio de estos dos ejemplos, espero poder ir un poco más allá en la descripción de los dos tipos de semanarios.

DOS PUNTOS, MUCHAS OPERACIONES

En el fragmento del corpus que reproducimos en el Cuadro 2 podemos constatar, en tres casos, la utilización de los dos puntos (:), a saber, en los títulos (1), (2) y (3). Los dos puntos aparecen de nuevo en el título (10) del Cuadro 3. Los dos puntos no aparecen, en cambio, ni una sola vez, en los títulos de los semanarios populares que hemos reproducido. Ahora bien, esta distribución no es producto del azar: una exploración de la muestra permite verificar que se trata de un procedimiento muy frecuente en los semanarios burgueses y casi inexistente en los semanarios populares, al menos en el período estudiado. Hecha esta comprobación en un momento dado de mi investigación, me pregunté cómo podría explicarse. Traté entonces de ver si semejante detalle, de apariencia insignificante, podía tener alguna importancia. He llegado a la conclusión de que las operaciones semánticas asumidas por los dos puntos en los semanarios burgueses están estrechamente relacionadas con propiedades muy generales de dichos semanarios.

Señalaré ante todo que los dos puntos aparecen en el título que he dado al presente artículo: "Comunicación de masas y producción de ideología (:) sobre la constitución del discurso burgués en la prensa semanal". Parece evidente que al utilizarlos, he querido por un lado caracterizar un cierto campo de fenómenos, para precisar luego un aspecto o un problema específico dentro de ese campo. Desde este punto de vista, se trata entonces de una operación lógica semejante a la relación general/diferencia específica, una operación equivalente, por otra parte, a la relación título de sección/subtítulo dentro de los medios masivos en general. Esta interpretación puede ser reforzada por medio de dos observaciones. En un cierto momento de la evolución del lenguaje de los semanarios, los dos puntos fueron utilizados como procedimiento sistemático a continuación de todos los títulos de las subsecciones internas. Por ejemplo: /Empresas: cuarenta años después/; /Universidad: federación o muerte/; /Fútbol: como antes, más que antes/, etc. (Pp, 27—5—69). Tal parece ser el caso del título (2): /Sindicatos: entre Onganía y Perón/ y también del título (10): /Gobierno: la estrategia de la aproximación indirecta/. Por otra parte (segunda observación), es posible agregar los dos puntos en todos los casos en los que existe una relación título/subtítulo sin que, al parecer, se produzca ninguna modificación perceptible. Por ejemplo:

(7) **EL PAIS**

Las fronteras de la paciencia

(7') **EL PAIS:**

Las fronteras de la paciencia

(15) **Cocaína**

Detención importante en Salta

(15') **Cocaína:**

Detención importante en Salta

Inversamente, sería perfectamente posible eliminar los dos puntos del título de este artículo, disponiendo las dos partes bajo la forma habitual de la relación título/sub—título. En todos estos casos, parece claro que los dos puntos asumen una relación clase/sub—clase o género/diferencia específica, relación que puede ser igualmente producida mediante otros procedimientos, por ejemplo el orden y la eventual diferencia en la dimensión de las letras, como se estila en el dispositivo título/sub—título. Esta utilización de los dos puntos se reduce entonces a señalar la diferencia de **nivel** entre la clase y la sub—clase (a veces de manera redundante, como ocurre cuando se emplean al mismo tiempo los dos puntos y la disposición título/ sub—título). Esta relación contiene pues un operador de pertenencia (E) del sub—conjunto al conjunto, del miembro a la clase.

Mi hipótesis es que este primer empleo de los dos puntos, que acabo de describir, es uno de los más “clásicos” y a la vez uno de los menos interesantes. Incluso agregaría que los medios masivos, a partir de este procedimiento general y bien conocido, consiguen constituir operaciones completamente diferentes con los dos puntos; haciendo “como si” los utilizaran de esa manera, producen en cambio operaciones de naturaleza muy distinta. De hecho, el empleo de los dos puntos en tapa, **dentro de un mismo título**, indica ya una diferencia con respecto al orden jerárquico título/sub—título, puesto que en este caso ya no puede tratarse, salvo por analogía, de ese tipo de orden. En verdad, y si por el momento nos limitamos a nuestro corpus de base, los títulos (1) y (3) plantean ya ciertas dificultades.

(1) Argentina: la hora del miedo

(3) Crimen político: y ahora qué?

En efecto, no resulta en modo alguno evidente que “La hora

del miedo” se encuentre en relación de pertenencia (en el sentido definido más arriba) con “Argentina”. En todo caso, se trata sin duda de una interpretación un poco forzada. El título (1) puede ser parafraseado de la siguiente manera:

(1') La hora del miedo en la Argentina

lo cual muestra bien que la operación asumida por los dos puntos en (1) contiene un elemento localizador, es decir, que puede ser expresada bajo forma aspectual.

La dificultad para aplicar el modelo “clásico” de los dos puntos es todavía más visible en (3), donde el vínculo entre el antes y el después de los dos puntos no puede ser reducido a una relación del tipo clase/subclase o género/diferencia específica.

El título (2) es particularmente interesante. En apariencia, los dos puntos están allí muy cerca de la relación género/diferencia específica, debido sobre todo al hecho de que “Sindicatos” es un título de sección. Sin embargo.

(2) Sindicatos: entre Onganía y Perón puede muy bien ser parafraseado como:

(2') Los sindicatos (están o se encuentran) entre Onganía y Perón

lo cual muestra a su vez que estos verbos de localización implican alguna calificación adicional (tal vez “están” o “se encuentran” presos, presionados, divididos, encerrados, etc., entre Onganía y Perón). Está claro pues que en (2) los dos puntos son algo así como la marca de un elemento verbal ausente.

Hay ciertos casos en que los dos puntos, lejos de contener una operación de pertenencia (la cual supone que los términos asociados por medio de los dos puntos se hallan en niveles lógicos diferentes) son simplemente la marca en superficie de una operación de identidad o de equivalencia. Tomemos un ejemplo:

(18) Catecismo holandés: la piedra del escándalo (Pp, 27—6—69) título que puede muy bien parafrasearse como:

(18') El catecismo holandés es la piedra del escándalo donde el funcionamiento de los dos puntos es expresado como relación de equivalencia: "El catecismo holandés = la piedra del escándalo".

Consideremos ahora el siguiente título:

(19) Psicología: ¿dónde estás, salud? (Pp, 27—6—69).

En última instancia, (19) pareciera muy próximo a un vínculo que podría ser interpretado como dialógico, vale decir, podríamos pensar que es la psicología misma la que formula esa pregunta, que es la psicología misma que "habla". Vemos pues que aquí la utilización de los dos puntos en los títulos se aproxima aparentemente al procedimiento utilizado en la redacción de las obras de teatro, por ejemplo, donde las palabras de cada personaje están precedidas del nombre de este último más los dos puntos. En (19), los dos puntos parecen transformarse en los dos puntos de la citación, en marca de un pasaje al "discurso directo".

Henos aquí pues frente a otro empleo clásico de los dos puntos, a saber, como marca del diálogo, como presentación de la palabra de alguien. Y henos aquí, al mismo tiempo, frente al problema de la **enunciación**. Pienso que los dos puntos, en tanto conector inter—discursivo, corresponde por entero a una teoría de la enunciación. Esto puede resultar más claro cuando los dos puntos son utilizados para marcar la frontera entre dos niveles de discurso, como es el caso de la citación, pero en verdad es cierto de todos los empleos de los dos puntos. En lo que se refiere a nuestra problemática, podemos decir que la teoría que necesitamos para explicar la diferencia entre los dos tipos de semanarios (burgueses y populares) de una manera satisfactoria, exige contestar a la siguiente pregunta: **¿quién habla en los semanarios?** No es posible, dentro de los límites de este artículo, proporcionar una respuesta, pero el análisis de los dos puntos como marca en superficie de un conjunto extremadamente complejo de operaciones inter—discursivas, tal vez nos permita dar unos pocos pasos en la dirección de una respuesta.

Ante todo, el problema de la **citación** es crucial en los medios de comunicación de masas. Una de las funciones constantes del discurso de los medios masivos en tanto **información social** es precisamente la de **recoger la palabra de otros**. Pero está claro que aquí,

una vez más, penetramos en el universo ideológico de las representaciones sociales: el “periodista”, la “información”, la “actualidad”, los medios como lugar de una “descripción objetiva” de los acontecimientos sociales, etc. Ahora bien, la manera en que el productor del discurso de prensa en su conjunto se ubica a sí mismo con relación al lector, por una parte, y con relación a los otros que hablan (las “figuras sociales”) y que él cita, por otra parte, constituye una de las dimensiones fundamentales para diferenciar los semanarios burgueses de los semanarios populares. Aunque no podemos justificar aquí esta afirmación, es precisa tener en cuenta que todas las diferencias de las que hemos hablado hasta ahora remiten, en última instancia, a sistemas diferentes de modular el discurso de prensa y por lo tanto, a una teoría del enunciador y de sus marcas en el discurso, que pueda dar cuenta de esos diferentes sistemas.

Volvamos ahora a los dos puntos. Hemos señalado que se trata de una marca compleja, que puede asumir, en distintos contextos, operaciones muy diferentes. En primer lugar, el hecho de que los semanarios populares no los utilicen como procedimiento habitual para el titulaje, es ya un hecho muy significativo: en verdad, el discurso de los semanarios populares construye las citaciones de una manera extremadamente precisa: (a) Casi nunca en los títulos mismos. Cuando el título contiene una citación, ésta se encuentra netamente marcada, la mayoría de las veces mediante las comillas. Las comillas son en cambio muy poco frecuentes en los títulos de los semanarios burgueses. (b) En el texto de las notas, hay a menudo, en los semanarios populares, citaciones en discurso directo, ya sea entre comillas, ya mediante el empleo de la negrita, ya sea (el caso más frecuente) bajo la forma clásica utilizada en las novelas para marcar el diálogo: las palabras de los personajes en punto y aparte, precedidas de la marca (—). (17). El contexto discursivo de estas citaciones está constituido por el discurso del semanario mismo, un discurso lineal, cronológico, descriptivo.

El vínculo **enunciador/enunciación/citación** es, en los semanarios burgueses, mucho más ambiguo. Lo cual quiere decir (en un nivel intuitivo) que en estos semanarios **nunca se sabe bien quién habla en un momento dado**. Los semanarios burgueses, por otra parte, emplean por lo común el discurso indirecto.

Para ejemplificar esta problemática, tomaremos solamente un

aspecto del discurso de los semanarios. Dicho aspecto corresponde, precisamente, a la utilización de los dos puntos, que ya comenzamos a analizar. Se trata de los textos empleados como epígrafes de las imágenes.

Una observación preliminar. Existe una diferencia cuantitativa que es ya muy importante: los semanarios del tipo P son publicaciones “de imágenes”, los semanarios del tipo B utilizan mucho menos la imagen. Además, el encuadre de las imágenes (utilizando aquí el término “encuadre” en su sentido técnico específico, en la fotografía y el cine) es radicalmente distinto en un caso y en otro: nueve veces sobre diez, los semanarios burgueses reproducen fotografías que van del **primer plano** al **gran plano**. En otras palabras, la mayor parte de las imágenes de los semanarios burgueses son **rostros**. En los semanarios populares, el encuadre va del **plano general** al **plano medio o americano**, con predominio del primero.

En los semanarios populares, los epígrafes tienen con la imagen una relación comparable a la que hemos ya detectado en el vínculo título/imagen en tapa: **redundancia en el plano de la identificación**. Dicho de otro modo, el epígrafe no hace otra cosa que describir en palabras lo que puede verse en la imagen, “apoyando” a esta última en el plano de las identificaciones: nombre de los personajes, momento en que fue tomada la fotografía, etc. Los epígrafes de los semanarios burgueses son completamente distintos, y es aquí donde desempeñan su papel los dos puntos.

Daré primero un ejemplo tomado de nuestro corpus de base, correspondiente al caso Vandor.

Semanario popular

Fotografía: Plano general de una calle, delante de una casa. Se ven unas veinte personas, entre las cuales hay algunos policías. Hay signos evidentes de los perjuicios sufridos por el edificio: trozos de muro sobre la vereda, y pedazos de maderas desparamados.

- (20) **Epígrafe:** “Efectivos policiales, reunidos frente a la puerta de la sede sindical, se disponen a organizar la custodia del local, mientras un grupo de curiosos contempla la escena”.

Semanario burgués

Fotografía: Primer plano de un hombre que viste un sobretodo, caminando. Hay otras personas delante y detrás de él. Al fondo, se advierten flores.

- (21) **Epígrafe:** ‘Imaz entra al velatorio: no’.

Es fácil advertir la naturaleza particular de este segundo epígrafe, donde podemos reconocer una de las maneras más frecuentes de comentar las imágenes en los semanarios burgueses. El modelo pareciera ser el de la citación: hay un identificador, el nombre propio (en este caso, se trataba del Ministro del Interior) y luego los dos puntos. ¿Quién es el enunciador del “no”? Veamos ahora otros ejemplos, que son más “puros” en la medida en que antes de los dos puntos encontramos solamente un nombre propio (la imagen es siempre el primer plano de una persona):

- (22) Presidente Novello: comunicación (Pp, 14—3—67)
(23) Khider: lógica de la violencia (Pp, 14—3—67)
(24) Juracy Magalhaes: puente y cambio (Pa, 8—7—69)
(25) Molinari: las heridas (Pp, 27—5—69).

El conjunto de estos ejemplos bastará para dar una idea del **espacio operatorio** que el semanario burgués se otorga para mantener en la ambigüedad la relación compleja enunciador/enunciación/citación. La combinatoria: (foto (rostro) + nombre propio + dos puntos) sugiere fuertemente el uso de estos últimos como marca de una citación, como pasaje al discurso directo. Sin embargo, las operaciones en juego por lo general no tienen nada que ver con esto.

En cada caso, nos remitiremos al texto de la nota a la cual corresponde la imagen y su epígrafe, para verificar la relación asumida por los dos puntos. En el caso (21) con otras personas las que le han dicho “no” al Ministro del Interior: de hecho, se le rehusó la entrada al velatorio de Vandor. En (22) se trata del presidente de una asociación musical y el término “comunicación” ha sido tomado de sus propias declaraciones, que son citadas en el texto: es pues un ejemplo muy próximo al discurso directo. En (23) en cambio, es el semanario el que evalúa la posición de Khider en el contexto de la política argelina. La expresión “lógica de la violencia” no forma parte de las decla-

raciones del mismo Khider. En (24), Juracy Magalhaes no ha dicho nada que sea registrado en el texto; se trata de un juicio emitido por un grupo acerca del papel de Magalhaes dentro de la situación política brasileña, juicio que el texto resume. En fin, en (25) la conexión establecida por los dos puntos entre el nombre y las "heridas" concierne un episodio histórico, en el que participaron varios personajes (los cuales aparecen en otras fotografías) y donde el llamado Molinari fue herido en el curso de los acontecimientos.

Resulta pues clara la extraordinaria flexibilidad del procedimiento de empleo de los dos puntos, y la variedad de operaciones que pueden estar marcadas en superficie por dicho elemento. (Existen, en verdad, muchas otras variantes). Lo que es decisivo es el hecho que el semanario burgués pasa de una operación a otra y que todas las operaciones son asumidas por una misma marca en superficie. En muchos casos, este pasaje se produce dentro de los límites de una misma página. Como consecuencia, en cada caso es imposible para el lector saber mediante la simple lectura del epígrafe, de qué operación se trata. Además, a veces la lectura del texto de la nota no permite identificar la operación: ésta resulta entonces intrínseca y definitivamente indeterminada. Espero mostrar en un trabajo subsiguiente, que el empleo de los conectores en el texto de las notas de los semanarios burgueses reproduce perfectamente esta oscilación dentro de un campo de operaciones muy diferentes unas de otras y a veces incluso contradictorias, pero marcadas todas ellas por el mismo conector en superficie. Semejante oscilación a nivel de los conectores discursivos en superficie está totalmente ausente de los semanarios populares.

Una última observación. Este mismo espacio operatorio que acabamos de describir parcialmente, y que está constituido por un conjunto heterogéneo de operaciones semánticas, ser **construído mediante otras marcas en superficie**, diferentes de los dos puntos. Ya señalé que, con relación al modelo "clásico" del vínculo genero/diferencia específica, era posible obtener el mismo efecto mediante el juego título/sub—título, sin necesidad de utilizar los dos puntos. Ahora bien, esta marca (título/sub—título) puede asumir perfectamente el conjunto de operaciones que hemos detectado asociadas a los dos puntos, cosa que por otra parte parece ocurrir actualmente en los semanarios de actualidad franceses.

(C O N T I N U A R A)

LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA Y EL CAMBIO ENTRE LOS AGRICULTORES BRASILEÑOS

Por:
JUAN RICARDO BRAUN
Departamento de Comunicación
Michigan State University

Y

PERSIVAL DOS SANTOS
Secretaria de Estado de Negocios
de Agricultura — Sao Paulo — Brasil

Estudio piloto para medir la relación entre exposición a los canales de comunicación utilizados durante la campaña de difusión y los cambios en el nivel de conocimiento y comportamiento de los agricultores brasileños.

Los resultados de la investigación se presentan en dos categorías principales: Análisis Descriptivo y Análisis Estadístico.

De acuerdo con los resultados obtenidos, han ocurrido significativos aumentos en el conocimiento de los agricultores de café, lo que demuestra que la campaña dirigida a informar a los agricultores, acerca de la "Roya" (enfermedad cafetalera), sus consecuencias y las técnicas de control, fue efectiva.

La ganancia de conocimiento a un nivel general, específico y aplicado por los agricultores de café, estuvo relacionada positivamente con la intensidad de sus contactos con los varios canales de comunicación de la campaña. Además, los datos indican que esta relación de exposición —a— efecto no fue modificada por una de dos posibles variables interpuestas: habilidad técnica y nivel de educación formal.

INTRODUCCION

Para informar a los agricultores sobre nuevas ideas o prácticas, el Servicio de Extensión Agrícola Brasileña utiliza los canales interpersonales, de grupo y de los medios de comunicación colectiva. En 1970—72 se implementó una campaña principal de comunicación para informar a los cultivadores de café sobre una nueva enfermedad que estaba afectando a haciendas enteras, llamada "Ferrugem do Café" (1). Después de esta campaña, se condujo un estudio piloto para medir sus efectos. De aquí en adelante presentamos un sumario de los procedimientos de la investigación y los hallazgos de este estudio, con el énfasis sobre sus implicaciones para el rol de los medios de comunicación colectiva para afectar el conocimiento y el cambio de comportamiento.

En enero de 1970, un nuevo hongo traído de África comenzó a devastar haciendas enteras en el Estado de Bahía, Brasil. Esta enfermedad comúnmente conocida como "Roya" rápidamente difundió a Minas Gerais, Espírito Santo, Río de Janeiro, y São Paulo (los Estados), las áreas principales del cultivo del café en el Brasil. La enfermedad fue particularmente amenazante al Brasil porque el café representa el 30% del producto nacional total del Brasil. Así, una fuente principal de ingreso agrícola y la vida de miles de individuos estuvo en peligro de verse afectados.

Por consiguiente, en Diciembre de 1970, se ordenó que el Gobernador del Estado de São Paulo se encargue de una campaña extensa de comunicación con el objetivo principal de informar a los cultivadores del café acerca de la "Roya", sus consecuencias y las maneras de control.

El Coordinador de Asistencia Técnica Integral (CATI) fue la oficina brasileña encargada de la campaña de difusión. Se utilizaron todos los canales disponibles de los medios de comunicación colectiva (radio, televisión, periódicos, letreros, etc). Se utilizaron los canales interpersonales y de grupo. Doscientos técnicos fueron entrenados especialmente para enseñar a los agricultores acerca de la enfermedad.

A causa de la importancia del hongo y la magnitud de la campaña, parecía importante dirigir una investigación para medir sus e-

fectos. Se condujo un estudio piloto para medir la relación entre exposición a los canales de comunicación utilizados durante la campaña y los cambios en el nivel de conocimiento y comportamiento. Además, procuramos examinar cómo estas asociaciones cambian debido a dos variables interpuestos, el nivel de educación y la destreza técnica.

METODO

Los autores tales como Bleger (2) y Bloom (3) indican que se obtiene el cambio en conocimiento solamente si el individuo puede absorber los mensajes que se le transmiten y si es capaz de comprenderlos y aplicarlos correctamente en la práctica. Además, Blom indica que si la audiencia a la cual se dirigen los mensajes no puede traducir, interpretar y extrapolar conclusiones, entonces todos los esfuerzos para transmitir los mensajes serán inútiles. Bloom propone un método para medir la ganancia de conocimiento en varios niveles, llamado la teoría de dominio cognoscitivo. Los presentes autores siguieron la teoría de Bloom para estudiar el nivel de conocimiento de los cultivadores de café, su comprensión y su aplicación de la información transmitida a ellos por la campaña de difusión.

Los entrevistados son 58 cultivadores de café de la municipalidad de Caconde, Estado de Sao Paulo, Brasil. Se seleccionaron al azar de una lista de 630 cultivadores de café en este distrito. Todos los sujetos son agricultores que cultivan el café y adoptan las decisiones en sus haciendas.

Se terminaron las entrevistas en agosto de 1972. No se consideró necesaria una medida de pre-campaña del conocimiento acerca del hongo porque el Servicio de Extensión Agrícola Brasileña estimó que en ese tiempo los cultivadores de café no tenían ninguna idea acerca de la enfermedad. Además, se necesitaba otra área de control, pero no fue posible arreglarlo debido a la falta de finanzas, tiempo y personal.

Durante las entrevistas, para medir si los cultivadores de café tenían contacto con el folleto de campaña, se les presentó una copia en blanco y negro de la cubierta y se les preguntó si lo habían visto. Si la respuesta fue positiva, se preguntó sobre el color original y los dibujos específicos dentro del libro. Se utilizaron semejantes procedi-

mientos para medir el grado de contacto con otros medios de comunicación colectiva.

Se probaron un total de doce hipótesis. En términos generales, se postuló que la ganancia de conocimiento a un nivel general, específico y aplicado fue relacionada positivamente con la intensidad de contactos con los varios canales de comunicación de la campaña. Además, se consideró que esta relación general pudiera ser modificada por dos posibles variables interpuestas: nivel de educación y habilidad técnica. Un paradigma que incluye las principales variables es el contenido de la GRAFICA Nº 1. (4).

RESULTADOS

Se presentan los hallazgos del estudio en dos categorías principales: Análisis Descriptivo y Análisis Estadístico. El primero contiene la siguiente información: (1) Información general sobre los agricultores; (2) El nivel de educación de los agricultores; (3) La habilidad técnica del agricultor; (4) los medios de comunicación durante la campaña; (5) el conocimiento adquirido; (6) el contacto con los canales de comunicación; (7) el cambio en el conocimiento. La segunda categoría de hallazgos incluye la prueba de hipótesis.

I — ANALISIS DESCRIPTIVO

Se presentan los datos (1) información general sobre los agricultores, (2) su nivel de educación, (3) su habilidad técnica, y (4) los medios de comunicación utilizados durante la campaña relacionados a su nivel de exposición, en la TABLA Nº 1.

Se recogieron los datos sobre el conocimiento adquirido de las tres clases en la taxonomía de Bloom: (a), conocimiento, (b) comprensión, y (c) aplicación del conocimiento adquirido (TABLA Nº 2).

Para medir la exposición a los canales de comunicación durante la campaña, se construyó una escala de un punto para cada canal. Se clasificaron los canales como visual, audio y audiovisual. (TABLA Nº 3).

El conocimiento adquirido por los medios de comunicación, en general, fue ganado por los cultivadores de café de acuerdo con los

objetivos de la campaña. En otras palabras, los agricultores aumentaron su conocimiento acerca de la enfermedad como una consecuencia de la campaña. La TABLA Nº 4 muestra que el 50% de los agricultores tuvieron un aumento alto en su conocimiento, el 25% tuvo un aumento mediano y solamente el 2% no adquirió ningún conocimiento. Esto es particularmente importante, porque los agricultores no tenían ningún conocimiento previo acerca de la "Roya" antes de la campaña.

II— ANALISIS ESTADISTICO: PRUEBA DE HIPOTESIS

Los datos sobre las hipótesis uno a seis están mostrados en TABLA Nº 5. Todas las seis hipótesis están apoyadas. La ganancia de conocimiento a un nivel general, específico y aplicado por los cultivadores de café está relacionada positivamente a la intensidad de contacto con los varios canales de comunicación.

Las correlaciones de Spearman para las hipótesis uno a seis, en términos generales, son bastante altas. Se encontró la asociación más fuerte para el hipótesis tres ($P = 0.83$) y la asociación más débil para la hipótesis uno ($P = 0.77$).

Para probar las hipótesis siete a doce, se usó la correlación Personian de orden-zero, con la fórmula Hald para la asociación de dos correlaciones usadas para determinar la influencia intermedia del nivel de educación y la habilidad técnica. Se dividieron estas dos variables en sus medianas.

TABLA Nº 6 muestra los resultados para las hipótesis siete a doce. Ninguna estuvo apoyada. La habilidad técnica y el nivel de educación de los cultivadores de café no modificaron las relaciones sugeridas en las hipótesis uno a seis. No fue necesario tener un alto nivel de educación y habilidad técnica para adquirir conocimiento acerca de la "Roya" en la campaña.

SUMARIO Y DISCUSION

Brevemente, la evidencia sugiere que la campaña dirigida a informar a los agricultores de café acerca de la "Roya", sus consecuencias y las técnicas de control, fue efectiva. Se han presentado

principales aumentos en el conocimiento de los agricultores de café. Nuestros hallazgos están limitados en su generalidad a una municipalidad en un estado en Brasil.

Supimos que la ganancia de conocimiento a un nivel general, específico y aplicado por los agricultores de café, estuvo relacionada positivamente a la intensidad de sus contactos con los varios canales de comunicación de la campaña. Además, los datos indican que esta relación de exposición -a-efecto no fue modificada por una de dos posibles variables interpuestas: Habilidad técnica y nivel de educación formal.

Así que la serie sugerida por Bloom (5) respecto al aprendizaje de memoria de la información, la comprensión y la aplicación del conocimiento, parecía haber ocurrido.

Estos tres hallazgos principales del actual estudio marcan un contraste agudo con los hallazgos usuales de los previos investigadores sobre la difusión de las innovaciones entre los agricultores en países menos desarrollados. Ellos informan que (1) la comunicación por los medios de comunicación colectiva es generalmente insignificante para crear conocimiento, para formar actitudes, o para influir en la adopción de nuevas ideas; (2) tales variables como la enseñanza formal y la habilidad técnica intervienen entre exposición a los canales y a sus efectos. (6). Por qué estuvieron los actuales resultados en desacuerdo con el cuerpo considerable de previos resultados?

Los cultivadores de café y el gobierno brasileño tuvieron una fuerte motivación para controlar la "Roya". Esta motivación se dirigió a una necesidad percibida para información acerca del hongo por los cultivadores de café y pueda ser una razón de la eficacia general de la campaña de comunicación. Las campañas de comunicación colectiva serán más o menos efectivas según el grado de las "necesidades sentidas" por la audiencia receptora.

Los cultivadores de café se enfrentaron con una crisis, **una sugerión a-actuar**, un suceso que cristalizó sus actitudes en acciones, (7). La "Roya" como una sugerión -a-actuar aceleró grandemente la difusión de información acerca de su control a los cultivadores de café de Brasil.

¿Por qué se encontró que las variables interpuestas no intervinieron en la relación de exposición -a-efecto? Tal vez el nivel de los mensajes de la campaña fueran comprensibles a los cultivadores de café inclusive con los niveles más bajos de enseñanza y habilidad técnica.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) Ferrugum do Cafe, un hongo, es conocido generalmente como "Roya" y esto será el único nombre usado en este informe.
- 2) Bleger, José, **Psicología de la Conducta**, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1971.
- 3) Bloom, Benjamin, **Taxonomía de los Objetos de la Educación**, Buenos Aires, El Ateneo, 1972.
- 4) El análisis estadístico para medir la información fue recogida: el índice de importancia, el cálculo del porcentaje, los coeficientes de correlación de Personian y Spearman, y la fórmula de Hald para asociación. Se utilizó el coeficiente de Spearman solamente para probar las hipótesis uno a seis (en **Tabla Nº 5**). El coeficiente de Personian y la fórmula de Hald estuvieron utilizados para probar las hipótesis siete a doce (en **Tabla Nº 6**). Se provee más información detallada acerca del diseño de investigación en el estudio original, el cual incluye información más extensiva y detallada.
- 5) Bloom, op. cit.
- 6) Rogers, Everett y Shoemaker, Floyd, **Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach**, N. Y. Free Press, 1971.
- 7) Rogers, Everett, **Field Experiments of Family Planning Incentives**, Departamento de Comunicación, Michigan State University, 1972.

GRAFICA N° 1. Paradigma de las Principales Variables de Estudio

Variables independientes —————→ Variables interpuestos —————→ Variables dependientes

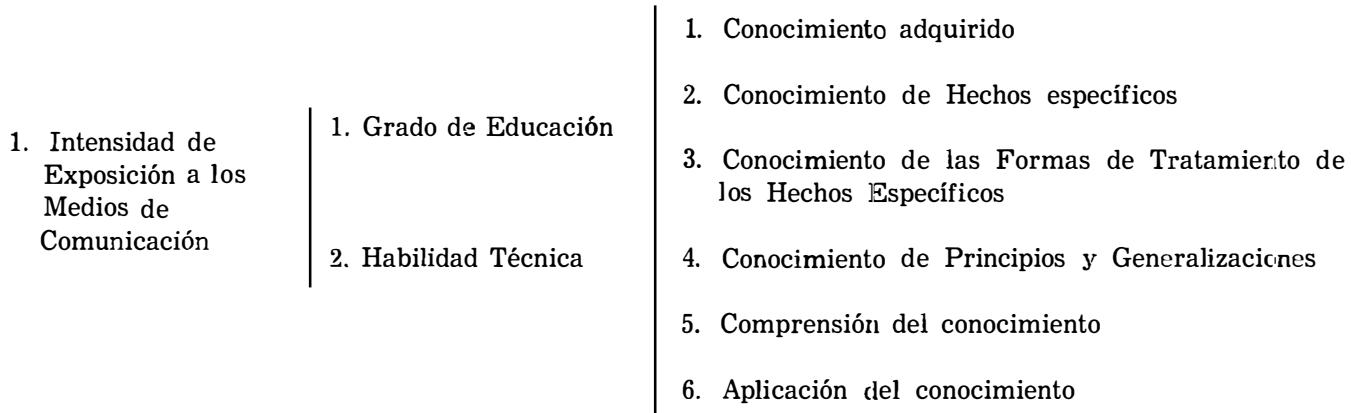


TABLA N° 1. Características de los Cultivadores Brasileños del Café y su Exposición del Canal.

Características de los Cultivadores de Café	Porcentaje de los Cultivadores de Café
1. Edad: Menos de 21 años	2%
22 a 50 años	60%
Más de 50 años	38%
2. Ciudadanía: Brasileña	98%
3. Casado	88%
4. Grado de Educación	
Analfabeto	5%
Terminado el nivel universitario	15%
5. Habilidad Técnica (como medida por años ocupados en el cultivo del café):	
Menos de 8 años	10%
9 a 15 años	30%
Más de 16 años	52%

Exposición a los Mensajes de “Roya” de los Canales de Comunicación.	Porcentaje de Cultivadores de Café
1. Hojas sueltas	79%
2. Folletos	69%
3. Periódicos	64%
4. Reuniones de grupo	35%
5. Visitas por técnico	69%
6. Televisión	28%
7. Radio	52%

**TABLA N° 2. Conocimiento adquirido por los Cultivadores de Café
a los Niveles de Comprensión de Conocimiento y su Aplicación**

Dominio Cognoscitivo	Conocimiento adquirido por los Cultivadores de Café (en porcentaje)
I. Nivel de Conocimiento	
1. Definición de “Roya”	76%
2. Sus consecuencias	88%
3. La diferencia entre fungicida e insecticida	66%
4. Tiempo correcto de aplicación	38%
II. Nivel de Comprensión	
1. Habilidad de traducir, extrapolar e interpretar correctamente la información sobre “Roya”	50%
III. Nivel de Aplicación	
1. Selección de las alternativas correctas para controlar “Roya”	65%

TABLA N° 3. La Exposición de los Cultivadores de Café a las Tres Clases de Canales de Campaña.

Contacto (Exposición) a Todos los Medios de Comunicación	Cultivadores de Café (Nº = 58)	Contacto (Exposición) a los Medios Audio—visuales	Cultivadores de Café (Nº = 58)	Contacto (Exposición) a los Medios Audios	Cultivadores de Café (Nº = 58)	Contacto (Exposición) a todos los Medios de Comunicación	Cultivadores de Café (Nº = 58)
1. Zero	12%	1. Zero	29%	1. Zero	48%	1. Zero	7%
2. Bajo	17%	2. Bajo	26%	2. Bajo	29%	2. Bajo	34%
3. Mediano	45%	3. Mediano	29%	3. Mediano	0%	3. Mediano	35%
4. Alto	26%	4. Alto	16%	4. Alto	23%	4. Alto	24%
TOTALES	100%		100%		100%		100%

Se hicieron arbitrariamente las cuatro clasificaciones del grado de contacto con cada clase de canal.

TABLA Nº 4. La Ganancia de Conocimiento de los Cultivadores de Café. Después de Exposición a los Mensajes de “Roya”

Conocimiento adquirido	Porcentaje de Cultivadores de Café (N = 58)
1. Zero	2%
2. Bajo	21%
3. Mediano	27%
4. Alto	50%
TOTAL	100%

Se hicieron arbitrariamente las cuatro clasificaciones del nivel de conocimiento.

TABLA Nº 5. Las Correlaciones de los Niveles de Conocimiento con el Grado de Exposición a los Medios de Comunicación

Hipótesis probadas	Coeficientes de Correlaciones de Personian
H1 El conocimiento adquirido por los cultivadores de café está relacionado con la intensidad de los contactos que ellos tuvieron con los medios de comunicación recibidos.	0.77 (X)
H2 El conocimiento de los hechos específicos de los cultivadores de café está relacionado a la intensidad de los contactos que ellos tuvieron con los medios de comunicación recibidos	0.82 (X)
H3 El conocimiento de las formas de tratamiento de los hechos específicos por los cultivadores de café está relacionado con la intensidad de los contactos que ellos tuvieron con los medios de comunicación recibidos.	0.76 (X)
H4 El conocimiento de los principios y las generalizaciones para los cultivadores de café está relacionado a la intensidad de los contactos que ellos tuvieron con los medios de comunicación recibidos	0.83 (X)
H5 La capacidad de comprender el conocimiento por los cultivadores de café está relacionada a la intensidad de los contactos que ellos tuvieron con los medios de comunicación recibidos.	0.78 (X)
H6 La aplicación del conocimiento por los cultivadores de café está relacionada a la intensidad de los contactos que ellos tuvieron con los medios de comunicación recibidos.	0.82 (X)

(X) Significante al Nivel $P < .05$.

TABLA N° 6.— El Coeficiente de Correlación de Orden-Zero de Personian. Probado por el Método Hald para las Variables “Nivel de Enseñanza y Habilidad Técnica”

Hipótesis Probadas	Nivel de Enseñanza		Nivel de Significado		Habilidad		Nivel de Significado	
	Bajo	Alto	Z = 1,96, 5%		Bajo	Alto	Z = 1,96, 5%	
H7 El conocimiento adquirido por los cultivadores de café está relacionado con la intensidad de los contactos que ellos tuvieron con los medios de comunicación recibidos, modificado por el grado de educación y habilidad técnica poseídas.	0.76	0.43	1.59	NS	0.90	0.75	1.32	NS
H8 El conocimiento de los hechos específicos de los cultivadores de café está relacionado a la intensidad de los contactos que tuvieron con los medios de comunicación recibidos, modificado por el grado de educación y habilidad técnica poseídas.	0.62	0.46	0.65	NS	0.88	0.91	0.42	NS
H9 El conocimiento de las formas de tratamiento de los hechos específicos por los cultivadores de café está relacionado con la intensidad de los contactos que tuvieron con los medios de comunicación recibidos, modificado por el grado de educación y habilidad técnica poseídas.	0.66	0.63	0.15	NS	0.77	0.69	0.45	NS

TABLA Nº 6 (Continuación)

Hipótesis Probadas	Nivel de Enseñanza		Nivel de Significado		Habilidad		Nivel de Significado	
	Bajo	Alto	Z = 1,96, 5%		Bajo	Alto	Z = 1,96, 5%	
H10 El conocimiento de los principios y las generalizaciones para los cultivadores de café está relacionado con la intensidad de los contactos que tuvieron con los medios de comunicación recibidos, modificado por el grado de educación y habilidad técnica poseídas.	0.55	0.60	0.21	NS	0.65	0.60	0.21	NS
H11 La capacidad de comprensión de los cultivadores de café está relacionada con la intensidad de los contactos que tuvieron con los medios de comunicación recibidos, modificado por su grado de enseñanza y habilidad técnica.	0.76	0.74	0.15	NS	0.91	0.77	1.34	NS
H12 La aplicación del conocimiento de los cultivadores de café está relacionada con la intensidad de los contactos que tuvieron con los medios de comunicación recibidos, modificado por su grado de educación y habilidad técnica.	0.54	0.74	-1.03	NS	0.76	0.62	0.74	NS

LA INVESTIGACION Y LA ENSEÑANZA DEL PERIODISMO EN EL URUGUAY

Por: MANUEL OLARREAGA

**Presidente del Club Uruguayo de
Ex—Becarios de CIESPAL y Re-
dactor principal del diario “La
Mañana” de Montevideo.**

Este trabajo tiene actualidad e importancia, por ser Uruguay uno de los países de América Latina que aún no ha incorporado la Enseñanza Superior de las Ciencias de la Comunicación a nivel universitario.

El autor hace un análisis de lo que hasta la presente fecha se ha realizado en el campo de la investigación de la comunicación colectiva y la enseñanza del periodismo en el Uruguay.

Se describe las investigaciones efectuadas y la metodología empleada en cada una de ellas, lo que da una imagen cabal del desarrollo y esfuerzo por incorporar las disciplinas de la comunicación a la investigación y enseñanza universitarias.

ANTECEDENTES

Los diarios del Río de la Plata se pueden considerar entre los mejores del mundo, pero no cuentan con periodistas brillantes, afirmaba Marc Jaric en la Enciclopedia Francesa, en 1939. Esta contradicción, en lo que respecta a la prensa uruguaya, motivada por el carácter político de sus periódicos y de sus redactores haría que ella contara con excelentes editorialistas políticos, pero careciera de cronistas ingeniosos, de prosa elegante, auténticos periodistas. Esto llevaría al venezolano Humberto Cuenca a señalar, entre las características nacionales del periodismo latinoamericano, la "de los periodistas Presidentes de Uruguay". El periodismo es un tranvía que lleva a todas partes, si uno sabe bajarse a tiempo, se afirma frecuentemente. En Uruguay, los políticos—periodistas se bajaban y se bajan, en la Presidencia de la República.

La actividad periodística estaba condicionada por una motivación política, y quienes escribían en la prensa, no eran propiamente profesionales, sino personas reclutadas por su militancia política. Hasta los escritores y poetas, que muchas veces daban el toque bohemio a las redacciones, seguían la tradicional división política uruguaya. Los blancos volcaban su prosa en los periódicos blancos y los colorados en las páginas orientadas por directores colorados. Por ejemplo, José Enrique Rodó era de militancia colorada.

Si uno investiga el desarrollo de la prensa uruguaya a través de las obras de Zinny, Fernández y Medina, Scarone, Fernández Saldaña o Zum Felde, se encuentran pocos nombres que puedan ser considerados auténticos periodistas.

El periodismo representaba una tribuna política. Se escribía en un periódico para sostener ciertas ideas, a veces con mucho idealismo, y en otras como trampolín en la carrera política. El periodista o gacetillero era mirado como un bohemio, muchas veces un fracasado en sus inclinaciones literarias o artísticas.

Este panorama se mantiene más o menos incambiado, con algunas excepciones hasta las primeras décadas de este siglo. Luego, como el periodismo se consideraba un oficio complementario, eran

generalmente los estudiantes de profesiones liberales quienes integraban las redacciones de los diarios, pues habían obtenido en el ámbito universitario la formación necesaria para el ejercicio de la profesión.

Durante la Segunda Guerra Mundial, los adelantos técnicos y el interés despertado por los acontecimientos bélicos, llevan a los diarios de Montevideo, donde se edita la gran prensa uruguaya, a transformarse en empresas comerciales, aunque no desaparecieron los matices políticos en la orientación de las páginas.

Paralelamente, al instalarse en Uruguay, en 1943, los Consejos de Salarios, que laudan mínimos vitales, se establecieron las distintas funciones o roles de la actividad periodística.

Para los diarios, ellos son: secretario de redacción, editorialista o sueltista, subsecretario de redacción, jefe de información general, encargado de páginas, encargado de cables, encargado de cables más de una página, encargado de policía, cronista notero, cronista, cronista de menos de cuatro horas, cronista parlamentario, pasatiempos, corrector, caricaturista, diagramador, retocador, cartógrafo, etc.; jefe o encargado de taller de fotografía, fotógrafo e impresor, fotógrafo de primera categoría, impresor, fotógrafo de segunda categoría, aprendiz adelantado y aprendiz menor.

Para los periódicos y revistas, ellos son: secretario de redacción, diagramador, redactor permanente, cronista, corrector, dibujante, retocador y letrista.

Para las agencias noticiosas y corresponsalías de periódicos extranjeros, ellos son: encargado de turno, corresponsal, corresponsal notero, traductor—redactor, relevante, redactor, auxiliar de redacción, aspirante de redacción, encargado de expedición, corresponsal del interior.

Para las distintas empresas se detalla también la redacción a destajo y el sector administración.

En estos últimos años, los diarios han ido afirmando su estructura comercial, pero en su totalidad la prensa uruguaya mantiene su carácter partidista. Cada diario obedece a una corriente política.

Por otra parte, se mantiene una tradición familista y los cargos ejecutivos se transmiten en forma hereditaria, sin tener en cuenta si los descendientes tienen aptitudes para desempeñarlos.

Estas características de los grandes diarios uruguayos hace que los propietarios designen en los cargos más importantes, a personal de su confianza política, no importa la capacidad que ellos tengan. Lo que importa es su fidelidad a la línea de la empresa.

Esto hace que los dirigentes de los grandes diarios vean con resistencia la creación de una Escuela de Periodismo de carácter universitario. Rara vez se ha editorializado en la prensa uruguaya, reclamando la creación de cursos de periodismo. El silencio absoluto ha sido la posición adoptada frente a este problema del periodismo.

La Universidad representa, en América Latina, un centro inconformista y progresista, y quienes egresan de ella son mirados con reservas por los propietarios de los diarios. Como se ha dicho, las escuelas de periodismo les darán periodistas capaces, no hombres de su confianza.

En 1956, la Universidad de la República presentó un proyecto de creación de una Escuela de Periodismo en su ámbito, lo que fue desecharido por el Poder Ejecutivo. El partido colorado, que gobernaba creó al año siguiente, en la sede partidaria, una escuela de periodismo.

En 1957, se creó la Escuela de Periodismo del Partido Colorado Batllismo en la sede partidaria, bajo la dirección del Prof. Rubens Arizmendi. Las clases eran teóricas y prácticas. Las materias comprendían Derecho, Historia del Periodismo, Organización de un periódico, Historia Nacional y del Partido Colorado y clases prácticas. La práctica se hacía en la redacción de los diarios pertenecientes a este sector político.

La escuela comenzó con 38 alumnos, que en 1959, fecha en que se clausuró, ya eran 96.

La discrepancia entre el Gobierno y la Universidad se debe a que los políticos acusan a la Universidad de estar muy politizada y no tienen interés en la creación de una Escuela de Periodismo dentro de ella.

Esto se ha agudizado últimamente, ante la crisis por la que atraviesa la sociedad uruguaya. La conciencia creciente de esa crisis ha ganado las capas cultas de la población y, particularmente a los universitarios. Ha penetrado, en cambio, mucho más lentamente, en lo que se denomina la clase política, que integran los dueños y directores de los diarios, aferrada a la ideología tradicional. La causa de esto, es un divorcio sensible entre los universitarios y los políticos que tiene su repercusión en la enseñanza del periodismo.

Esta situación ha llevado a que el Uruguay sea el solo país de América del Sur, y junto a Haití, los únicos en América Latina, que no cuentan con enseñanza del periodismo a nivel universitario, a pesar de las numerosas gestiones realizadas por CIESPAL en este sentido.

Los principales esfuerzos realizados hasta el presente han provenido del campo profesional, de la Asociación de la Prensa Uruguaya, que ha comprendido que el deber de los periodistas de comunicar noticias y opiniones, se vuelve cada vez más claro e imperativo, en la medida que la vida moderna adquiere mayor complejidad. Esto impone la obligación de formar periodistas capacitados para cumplir su misión.

ESCUELA EXPERIMENTAL DE PERIODISMO

En 1956, el Rector de la Universidad de la República, Arq. Leopoldo Carlos Agorio, presentó un proyecto de incorporar la enseñanza del periodismo a las aulas universitarias, el que fue desestimado por el Poder Ejecutivo siendo suprimida en el presupuesto correspondiente, la partida específica destinada a ese fin.

Al año siguiente, en 1957, se creó en la Asociación de la Prensa Uruguaya, la Escuela Experimental de Periodismo que impartió sus enseñanzas durante cuatro años. El director e impulsor de la Escuela Experimental de Periodismo de la Asociación de la Prensa Uruguaya, fue el periodista Horacio Asiaín Márquez, que la dirigió desde su creación hasta 1959, año en que falleció. El plan de estudios era esencialmente práctico: Introducción al Periodismo, Técnica Periodística, Periodismo Conceptual y Psicología del Periodismo, Etica Periodística, Idioma Español y Aprendizaje Práctico. Los cursos de

aprendizaje se realizaban en base a equipos de tres estudiantes que, con carácter rotativo y por un lapso determinado, hacían práctica directa en diarios de Montevideo.

En los tres primeros años de enseñanza se incorporaron diecinueve estudiantes a la prensa nacional en calidad de periodistas profesionales y muchos otros, se integraron a tareas afines, como periodismo radial, encargados de prensa, periodismo sindical, etc.

La Escuela de A. P. U. organizó en 1959 una exposición de siglo y medio de periodismo nacional. La primera y más completa que se haya realizado en el país. En esta oportunidad se lanzó la iniciativa de crear un Museo de la Prensa, encargado de reunir, clasificar y conservar los elementos históricos de nuestra evolución periodística, no solamente en lo referente a las colecciones conservadas en distintas partes, sino a su bibliografía, documentos, legislación, maquinaria, iconografía, etc.

En 1960, asumió la dirección de la Escuela el Profesor Mario Raúl Clérigo, quien había participado en los primeros Seminarios de CIESPAL, que se acababa de crear en Quito, por parte de UNESCO. Ese año se modificó el plan de estudios, y se estableció como requisito para la inscripción el tener el primer ciclo de enseñanza secundaria aprobado. Los cursos que se dictaron fueron los siguientes: Técnica del Periodismo, Diagramación, Redacción, Sociología Nacional, Historia Nacional, Literatura y Taquigrafía.

Ese año, se organizó una exposición del Periodismo Americano, donde cada país de nuestro continente contó con una reseña histórica sobre su prensa. También se historió el transcurrir del periodismo de cada departamento del interior y se expuso la historia de cada órgano de información de Montevideo.

Durante los primeros años de la década de 1960, diversos problemas dificultaron la continuación de los cursos de periodismo de la Asociación de la Prensa Uruguaya, pero el tema era preocupación de la Institución, y en el Convenio Colectivo de Trabajo, firmado el 26 de febrero de 1964, por A. P. U., y la Asociación de Diarios (patronal), en presencia del director del Instituto Nacional del Trabajo, se estipuló por iniciativa de A. P. U., en su artículo 14, la integración de una Comisión Tripartita, integrada por representantes de la

A. P. U., Asociación de Diarios y Universidad de la República, para “efectuar un estudio sobre la creación de una Escuela de Periodismo, y posibilidad de reglamentar el aprendizaje del periodismo”.

Esa Comisión Tripartita fue integrada y se comenzó a trabajar. Se analizaron las limitaciones que imponen los hechos y se resolvió, a modo de ensayo, realizar clases de introducción a los Cursos de Periodismo, con el patrocinio de la Universidad de la República, Asociación de Diarios y Asociación de la Prensa Uruguaya.

Se estableció como requisito para la inscripción el haber completado el primer ciclo de Enseñanza Secundaria o tener el título de Maestro o estar en actividad en alguna empresa periodística. Limitada a unos pocos días, esa inscripción desbordó toda previsión, al alcanzarse el número de 960 personas anotadas. Este éxito, fuera de medida, parcialmente retrasó la posibilidad del ensayo inicial de funcionamiento de una Escuela, ya que ésta debería trabajar con un número mucho más reducido.

Las clases, que consistieron en conferencias a cargo de especialistas, se desarrollaron durante los meses de octubre y noviembre de 1965.

Durante los últimos años de la década del 60 hubo un impasse y, en 1970, la Asociación de la Prensa Uruguaya hizo contactos con la Universidad de la República, con el fin de establecer las bases para poder concretar una vieja aspiración del gremio; la jerarquización de la carrera del periodismo, llevada a nivel universitario.

En el correr de ese año, el Congreso Nacional de la Educación y la Cultura, organizado por la Universidad de la República, resolución aconsejar “la creación de un organismo universitario para la formación del profesional de la prensa”.

Los contactos realizados por A. P. U. con la Universidad llevaron a realizar un Seminario y contribuir a mejorar la formación del personal en actividad en los distintos medios de formación.

En el mes de octubre de 1970, se realizó el Seminario de Comunicación Social, organizado por la Comisión de Cultura de la Universidad de la República y la Asociación de la Prensa Uruguaya, con la

participación de cincuenta profesionales de la prensa, radio y televisión de Montevideo y del Interior del país. La Universidad designó como coordinador del Seminario al Profesor Roque Faraone y la Asociación de la Prensa Uruguaya a Manuel Olarreaga.

Los temas desarrollados fueron: Introducción a la Comunicación Colectiva, Estructura de los Medios de Comunicación Colectiva en el Uruguay, Derecho a la Información, Opinión Pública, Información Económica, La Entrevista en la Prensa, el Reportaje Audiovisual y la Crónica y el Comentario Deportivo. Los participantes presentaron trabajos y se realizó una investigación sobre la información económica que brindan los periódicos de Montevideo, para conocer qué informan y cómo informan a este respecto.

El Seminario llegó a importantes conclusiones que se hicieron públicas en el boletín de A. P. U. de noviembre de 1970 y está por aparecer un volumen editado por la Universidad, con los trabajos presentados.

El Seminario fue un paso efectivo para llevar la carrera del periodista a nivel universitario y significó una toma de conciencia de los profesionales sobre la problemática de la información.

En 1971, la Universidad de la República, en los XIV cursos de verano dictó un ciclo sobre "información y comunicación social", en el que se trataron algunos de los conflictos que plantea a la sociedad actual, la revolución operada en los medios de comunicación de masas y sus implicaciones en el campo cultural, económico y político.

Los temas desarrollados fueron: Concepto de Información y Comunicación, Estructura Económica y Medios de Comunicación, la Educación en la Civilización de la Imagen, la Significación de los Cuatro Grandes Medios de Comunicación, Información y Computación, Teoría de la Información y Estética, el Cine y su Lenguaje, Comunicación Social y Opinión Pública y Problemas de la Comunicación en la Arquitectura Actual. Los cursos estuvieron destinados a personas que ejercían la docencia en institutos oficiales del Interior del país.

CLUB URUGUAYO DE CIESPAL

El Club Uruguayo de CIESPAL, institución que agrupa a los ex becarios que siguieron cursos en el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, organiza en 1968, un cursillo de especialización en Ciencias de la Información.

Los temas desarrollados durante los meses de noviembre y diciembre fueron: La Prensa y la Ciencia Política, la Información y las Relaciones Internacionales, Un Diario por dentro, El Correspondiente Extranjero, Análisis Científico de la Opinión en la Tarea Periodística. Numerosas personas participaron en los mencionados cursos.

En 1970, la Asociación de la Prensa Uruguaya comenzó a dictar un Curso para Encargados de Prensa y Propaganda, con la finalidad de cooperar en la preparación de los integrantes de las instituciones similares, en su área de la divulgación de la actividad gremial y facilitar su labor ante los distintos medios de comunicación colectiva.

Estos cursos que se dictan todos los años desarrollan los siguientes temas: Los Medios de Comunicación Social, El Encargado de Prensa, La Sección Gremiales, El Periódico Sindical, La Información por radio y La Propaganda Mural. Los distintos puntos son expuestos por periodistas especializados.

ESCUELA DE LOCUTORES

La Escuela de Locutores fue creada por Hugo Martínez Trobo en 1963, en la Asociación de Empleados de Radio (ADER), funcionando hasta 1970. El acuerdo entre ADER y la Asociación Nacional de Broadcasting Uruguay (Patronal), por el cual no se podía trabajar como locutor, ni operador sin el carnet profesional, que se iba a expedir, según reglamentación dispuesta por ADER y ANDEBU, le dio a este curso particular gravitación para todos aquellos que deseaban vincularse profesionalmente a la radiotelefonía.

Las materias que se dictaban eran: Locución general para Radio y Televisión, Improvisación, Dicción, Periodismo Oral, Fonética de Idiomas, Impostación de la Voz. Para ingresar se exigía tener aprobado el primer ciclo de Enseñanza Secundaria y poseer un registro,

tono y modalidad de voz satisfactorios, lo que se determinaba en una prueba de admisión.

PLAN PILOTO DE ENSEÑANZA SECUNDARIA

Al aprobarse, en 1963, el Plan Piloto para los liceos de Enseñanza Secundaria, se incluyó entre sus Actividades Facultativas, el Periodismo, procurando la formación integral del joven. La intención de los pedagogos fue dar al joven estudiante familiaridad con el uso de la información, como base para el juicio y como fin en sí mismo, brindándole a la vez, capacidad para analizar la propaganda a la que está continuamente expuesto. Se procuraba hacer más inteligible el mundo actual, desarrollando su capacidad de razonamiento. Se deseaba incentivar en el adolescente una actitud crítica y una capacidad de análisis que permitiera la adquisición de un espíritu científico a través del proceso educativo. De esta manera se lo capacita para pensar en función de la realidad, para que la aprecie tal cual es, sin falsos mitos.

Además, las Actividades Facultativas entre las que se encuentra el Periodismo, tienden a crear ambiente de convivencia y trabajo, flexibles y aptos para una comunicación distinta a la que hasta ahora se establecía entre el profesor y sus educandos.

RECHAZO A CIERTAS “ESCUELAS DE PERIODISMO”

En 1971, el Poder Ejecutivo intentó organizar una Escuela de Periodismo fuera de la Universidad, ante lo cual la Asociación de la Prensa Uruguaya emitió una declaración en la que se rechazaba toda posibilidad de crear una escuela de periodismo fuera del ámbito normal donde debe desarrollarse la formación profesional de los periodistas: la Universidad.

Basaba esencialmente su declaración en las recomendaciones especiales de los Seminarios de CIESPAL, celebrados en Medellín, México, Buenos Aires, Río de Janeiro y Quito, por lo que se establece categóricamente que la enseñanza de periodismo debe tener necesariamente carácter Universitario, y la Escuela de Ciencias de la Información debe depender de una Universidad estatal o legalmente reconocida que mantenga la condición e incluso la denominación que

identifique sus actividades y los trabajos de grave responsabilidad que le competen.

Ese año también la A. P. U. hizo un alerta sobre "las escuelas de periodismo" con formas poco serias y mercantilizadas de aprendizaje, que no tienen el nivel mínimo exigible para brindar una adecuada formación profesional.

Estas han sido, las principales experiencias realizadas en el Uruguay tendientes a la jerarquización de la profesión del periodista.

LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION COLECTIVA

La investigación de los medios de comunicación colectiva en el Uruguay no tiene carácter sistemático, pues el ámbito normal donde ella se desarrolla, la Universidad, no le ha dado aún la importancia que merece dentro de su estructura docente. Por otra parte, el carecer de una enseñanza universitaria de periodismo, incide directamente en la organización de la investigación, pues la mayoría de los institutos de investigación han surgido de seminarios en donde el trabajo se realizaba sobre la base de la colaboración de los alumnos, estudiándose temas vinculados a la actividad de la cátedra, tendientes a una profundización de los mismos.

Actualmente, en el Uruguay nos encontramos en la etapa de las investigaciones individuales en comunicación colectiva, y estamos muy lejos de la consolidación de los centros de investigación. La investigación en comunicación colectiva es considerada un lujo individual a la que la Universidad no le interesa atender.

En nuestro país, no existen organizaciones privadas, vinculadas a la investigación científica, como ocurre, por ejemplo en los países europeos o en algunos americanos. Otras de las limitaciones, es la escasa densidad del medio cultural, que hace que haya pocos especialistas en la materia.

La Universidad de la República tiene una estructura definida y un prestigio suficiente como para haber iniciado hace años esta forma de investigación. Sin embargo, sólo se pueden citar algunos intentos en su ámbito, como el realizado en forma individual, por Roque Faraone, sobre la prensa de Montevideo, con los auspicios de la Fa-

cultad de Derecho y Ciencias Sociales; los análisis de opinión pública desarrolados en el Instituto de Sociología y la investigación sobre la información económica, realizados en el Seminario de Comunicación Social de 1970.

En estos últimos años, la Universidad se ha preocupado por el tema, pero señala que carece de recursos. Pero si se tienen dificultades para obtener recursos para la investigación de la comunicación colectiva es, entre otras causas, porque no se ha sentido la necesidad efectiva de organizarla.

En el presente, se palpa en esferas universitarias que se experimenta la necesidad de organizar investigaciones en este campo, que permitan comprender la coyuntura crítica por la que atraviesa la sociedad uruguaya y los efectos que en ella tienen los medios de comunicación social. La Universidad es quien está en mejores condiciones para promover el desarrollo de la investigación en esta área y nadie como ella puede hacerlo, con menos compromisos con los intereses particulares y con la mira puesta en el interés nacional.

La mayor parte de las investigaciones existentes basan su metodología en estudios de documentos, análisis conceptuales e históricos y ensayos de comprensión a través de todos esos elementos del objeto de la investigación. La escasez de recursos hace que los trabajos estén encaminados hacia aquellos que no exigen gastos de personal, que no implican la realización de encuestas o muestreos siempre costosos.

Las publicaciones que existen sobre investigaciones de la comunicación colectiva son escasísimas y en ello incide, especialmente, el carácter individual de los trabajos, no teniendo el respaldo de un organismo que lo publique, máxime teniendo en cuenta que el mercado uruguayo es pequeño para el alto costo de las ediciones.

PRINCIPALES TRABAJOS

En Uruguay, los trabajos realizados se refieren especialmente a temas jurídicos e históricos.

Los principales trabajos en materia jurídica, son el de Santiago Rompani, "DELITOS DE DIFAMACION E INJURIA Y LEGISLA-

CION SOBRE IMPRENTA”, editado por Claudio García, Montevideo, 1943; el de Fernando Bayardo Bengoa, “LA TUTELA PENAL DEL SECRETO”, editado por la Facultad de Derecho, Montevideo, 1961; y el presentado a CIESPAL en 1970, por Manuel Olarreaga, “DERECHO A LA INFORMACION: LIBRE ACCESO A LAS FUENTES Y SECRETO PROFESIONAL”.

Además, cabe citar a los innumerables trabajos publicados en revistas, periódicos y diarios.

En materia histórica, los trabajos más importantes son los de Antonio Zinny “HISTORIA DE LA PRENSA PERIODICA DE LA REPUBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY” 1807—1852”, editó Librería de Mayo, Buenos Aires, 1883; los de Arturo Scarone, “LA PRENSA PERIODICA DEL URUGUAY” (1852—1907), en “Revista Nacional” (1940—1944), Montevideo; los de Benjamín Fernández y Medina, “La Imprenta y la Prensa en Uruguay desde 1807 a 1900”, Montevideo, 1960; y los publicados por el Instituto Histórico y Geográfico del Uruguay y el Instituto de Investigaciones Históricas de la Facultad de Humanidades.

También hay monografías sobre la historia de la prensa en algunos departamentos del Interior, como los de Arbelio Ramírez y Washington Lockhart sobre el periodismo en Soriano; Camilo Urueña, en Treinta y Tres; y Manuel Olarreaga, en Salto.

En materia de publicidad, cabe señalar el trabajo de Jacinto Duarte, “DOS SIGLOS DE PUBLICIDAD EN LA HISTORIA DEL URUGUAY”, publicado en Montevideo, en 1952.

En 1950, la Asociación de la Prensa Uruguaya realizó una encuesta entre los periodistas para recabar opiniones sobre las condiciones existentes en el país en materia profesional. Las interrogantes fueron planteadas, especialmente en lo que se refiere al trabajo redaccional y a la libertad de información.

En esa oportunidad, el 96% de los entrevistados, periodistas profesionales, afirmaron que los grandes avisadores ejercen decisiva influencia sobre los diarios uruguayos.

En 1954, se creó, en Montevideo el Instituto Uruguayo de la

Opinión Pública, bajo la dirección de Luis Alberto Ferreira. Es una institución privada dedicada a la realización de estudios de opinión y de mercado, filial de Gallup Internacional.

El IUDOP utiliza en sus trabajos de campo de muestra territorial, combinada con las técnicas de la encuesta y la entrevista. Edita una publicación mensual y ha realizado algunos estudios de interés sobre opinión pública.

En 1957, se hizo el primer estudio en el campo de la comunicación colectiva, realizado por Roque Faraone, con el auspicio de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, que lo publicó en Montevideo, en 1960. Se trata de "LA PRENSA DE MONTEVIDEO", un estudio de contenido de los principales diarios uruguayos, realizado con la metodología utilizada por Jacques Kayser, para "Une Semaine dans le monde", publicada por UNESCO en 1953.

El trabajo de Faraone es el más completo que se haya hecho hasta el presente, en este tipo de investigación, sobre la prensa uruguaya.

En 1962, al realizarse por parte de CIESPAL, la investigación sobre "DOS SEMANAS EN LA PRENSA DE AMERICA LATINA", se analizó el contenido de dos diarios uruguayos: "El Día", de Montevideo y "El Telégrafo" de Paysandú.

Varias investigaciones realizadas sobre temas más amplios, han dedicado parte de las mismas a analizar la utilización de los distintos medios de comunicación social. Una de ellas fue la de "ESTRATIFICACION Y MOVILIDAD SOCIAL", realizada en 1960 por el Instituto de Sociología de la Facultad de Derecho, en forma sincrónica con institutos de Argentina, Brasil y Chile, bajo los auspicios del Centro Latinoamericano de Investigaciones en Ciencias Sociales, con sede en Río de Janeiro.

También, hay una referencia a la lectura de diarios, en la investigación, realizada por Germán Rama en el Liceo N° 13 de Maroñas, en 1961, publicada por Arca, bajo el título "GRUPOS SOCIALES Y ENSEÑANZA SECUNDARIA".

En 1962, en la investigación sobre "SITUACION ECONOMICA Y

SOCIAL DEL URUGUAY RURAL”, realizada por el equipo de investigación de Economía Humana, bajo la dirección de Juan Pablo Terra, y CINAM de París, hay un capítulo sobre la utilización de los medios de comunicación social en el ámbito rural. Fue publicada por el Ministerio de Ganadería y Agricultura.

En 1964, Manuel Olarreaga realiza como tesis para optar el Diploma del Instituto Francés de Prensa de la Universidad de París, una investigación sobre la información internacional en América del Sur, “L’AGENCE FRANCAISE D’INFORMATION EN AMERIQUE DU SUD ET LES AGENCES NATIONALES EN AMERIQUE DU SUD” publicada en París, en 1965.

La primera parte de ese trabajo fue ampliada y completada por una nueva investigación, para ser presentada a CIESPAL, en 1969, bajo el título “LA INFORMACION INTERNACIONAL DE AMERICA DEL SUR”.

La mencionada investigación analiza la noticia desde que es publicada por los diarios, en qué forma es recogida por las agencias (en este caso A. F. P. en Argentina, Brasil y Uruguay), cómo la transmite al “desk” central latinoamericano, que selecciona éste para el Servicio General de la A. F. P., y finalmente, qué publican los diarios franceses sobre estos sucesos.

En los años 1966 y 1967, los alumnos de la cátedra de Psicología de la Adolescencia del Instituto de Profesores “Artigas”, bajo la dirección de la Profesora Magda Louzan, realizaron un “ESTUDIO PSICOLOGICO DE LA TELEVISION URUGUAYA”.

La metodología que se siguió, consistía en preparar una amplia pauta de observación que permitió sistematizar el estudio de cada programa.

En 1968, el Instituto de Ciencias Sociales de la Facultad de Derecho realizó una investigación sobre opinión pública: “LA OPINION PUBLICA EN MONTEVIDEO”. La Dirección de la investigación estuvo a cargo de Liliana De Riz y Enrique Cárpene. Parte de las conclusiones fueron publicadas en el Número 1 de los Cuadernos de Ciencias Sociales, 1970, que edita el citado instituto.

En 1970, la Universidad de la República y la Asociación de la Prensa Uruguaya organizaron un Seminario de Comunicación Social para periodistas profesionales. En el curso de este Seminario, se hizo una investigación sobre la información económica de la prensa uruguaya, la cual fue realizada por un grupo de participantes. Próximamente la Universidad publicará un volumen sobre este trabajo.

En 1971, Lisa Block de Behar realizó una interesante investigación sobre “Particularidades Neológicas del Lenguaje Publicitario”.

El marco en que está encuadrado el trabajo es el de la publicidad y, en parte, del mensaje periodístico. Se hace un análisis semántico del mensaje, estudiando la parte verbal del mismo.

Esto ha sido en síntesis lo realizado hasta el presente, en materia de investigación y enseñanza del Periodismo en el Uruguay. Es de esperar que pronto se puedan superar las dificultades y Uruguay se alinee a los países latinoamericanos, que han comprendido la importancia de estas disciplinas del campo de la comunicación social. El mundo se torna cada vez más complejo y los periodistas y comunicadores deben de tener una sólida formación para poder interpretarlo.



Informaciones

SEMINARIO: INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN AMERICA LATINA

CIESPAL, con los auspicios de la Fundación alemana Friedrich Ebert y el Centro de Estudios Democráticos para América Latina, CEDAL, realizó en el campus “La Catalina”, Costa Rica, el Seminario sobre “Investigación de la Comunicación en América Latina”, del 17 al 22 de septiembre de 1973.

El Seminario fue convocado para abordar una de las materias de mayor importancia en el área de la comunicación, relativo al análisis del estado de la investigación en América Latina para precisar pautas, aunque fueren tentativas, respecto a su orientación en el futuro.

Dentro de la definición de un marco conceptual que necesariamente resulta incompleta, ya que se trata de una tarea colectiva de largo plazo, el Seminario consideró que valía la pena proponer ciertos lineamientos mínimos para encauzar la discusión y el trabajo posteriores y señaló que la existencia de sistemas políticos opuestos, como el capitalismo y el socialismo, plantea la cuestión crucial de la presencia de lo ideológico en la investigación científica.

Asimismo, los participantes seleccionaron opciones dentro del vasto universo de la comunicación, ante la imposibilidad de analizar con profundidad diversas metodologías recomendables para la resolución de problemas específicos de trabajo.

Además, el Seminario estudió la situación de la investigación de la comunicación en América Latina, para precisar sus avances, las experiencias logradas y las metodologías empleadas.

Participaron en este evento científico:

POR ARGENTINA:

Carlos Bustamante, Profesor de la Escuela Superior de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata.

Juan Alberto Verga, Profesor de la Escuela Superior de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata.

Eliseo Verón, Investigador, Jefe en el Instituto Torcuato Di Tella.

POR BRASIL:

Nelly de Camargo, Profesora Titular de Teoría de la Comunicación en la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de Sao Paulo.

Gabriel Cohn, Profesor en el Departamento de Ciencias Sociales de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas de Sao Paulo.

Nei Roberto Silva Oliveira, Investigador en el Centro Latinoamericano de Investigaciones en Ciencias Sociales (CENTRO).

POR COLOMBIA:

Jaime Gutiérrez Sánchez, Catedrático Auxiliar en la Universidad de Puerto Rico.

Vicente Alba Robayo, Director del Programa de Comunicación de Masas en el Instituto colombiano Agropecuario, ICA.

POR ECUADOR:

Esteban del Campo, Sociólogo, Funcionario de la Junta Nacional de Planificación y Coordinación Económica.

POR MEXICO:

Arturo Deustua Ramírez, Profesor en la Universidad Autónoma de Guadalajara.

Paulo Dias de Souza, Subdirector en el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE).

POR PARAGUAY:

Juan Díaz Bordenave, Comunicador, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas.

POR PERU:

José Rivero Herrera, Director de Capacitación, Sistema Nacional de Apoyo a la Movilización Social (SINAMOS).

Manuel Benavides González, Asesor en Teleducación en el Ministerio de Educación Pública del Ecuador.

Moisés Arroyo Huanira, Profesor de Comunicación, Opinión Pública e Investigación de la Comunicación en la Universidad del Pacífico de Lima.

POR URUGUAY:

Roque Faraone, Profesor de Historia de las Ideas, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de la República de Montevideo.

FUNCIONARIOS DE CIESPAL:

Gonzalo Córdova G., Director General de CIESPAL.

Marco Ordóñez Andrade, Director del Departamento Técnico de CIESPAL.

Jorge Merino Utreras, Miembro del Departamento de Investigaciones de CIESPAL y Profesor Principal de la Escuela de Ciencias de la Información de Quito.

María del Carmen Rojas L., Secretaria.

**CENTRO
DE COMUNICACIONES
PARA LA
UNIVERSIDAD DEL VALLE**

El grupo de trabajo designado por la Organización de Estados Americanos —Programa Regional de Desarrollo— integrado por el doctor Gonzalo Córdova, Director General de CIESPAL; el señor Marco Ordóñez, Director del Departamento Técnico de CIESPAL y el señor Alfredo Pacheco Barrera, experto de CIMPEC—OEA, trabajó en la Universidad del Valle con la comisión encargada del proyecto de Centro de Comunicaciones y elaboró un documento con los objetivos para la formación de profesionales en comunicación en Cali, Colombia.

El informe presentado por la Comisión consta de ocho partes: 1.— Antecedentes; 2.— Objetivos; 3.— La Investigación; 4.— La Formación Profesional; 5.— Vinculación de la Universidad y la sociedad mediante la comunicación; 6.— Condiciones generales adecuadas; 7.— Producción del material; y, 8.— Recomendaciones.

La Comisión, como una de las principales recomendaciones, sugiere que la Organización de Estados Americanos preste cooperación económica para que los centros especializados, CIESPAL y CIMPEC—OEA, puedan seguir colaborando con el proyecto de la Universidad del Valle.

CREACION DEL INSTITUTO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION COLECTIVA EN LIMA

Un grupo de especialistas en comunicación, periodistas profesionales y docentes universitarios ex—becarios de CIESPAL, ha fundado en Lima el Instituto de Investigación de la Comunicación Colectiva (IC).

El IC tiene como propósitos difundir las nuevas técnicas de la Comunicación Colectiva, profundizar el aspecto de la investigación, destacando su importancia en este campo con el fin de encontrar fórmulas de contribución a un mayor entendimiento del proceso de la comunicación y su rol en el progreso y desarrollo del país.

Por tal motivo el IC está auspiciando la participación de sus especialistas en seminarios, conferencias, cursos, exposiciones y proyectos en el campo de esta especialidad.

La Directiva del Instituto de Investigación de la Comunicación Colectiva la conforman: Presidente, Moisés Arroyo Huanira; Vice—Presidente Javier Vela Jones; Director Académico, Manuel Olivari Escobar; Directora Administrativa, Ursula Bussio Anderson; Director de Organización, Carlos Parra Morzán y Director de Prensa y Relaciones Públicas, Genaro Luján.

Editorial "La Unión".

García Moreno 622 - 626 — Telf. 213-885 — Ap. 3117
Quito - Ecuador

NUEVO LOCAL DE CIESPAL Perspectiva del edificio cuya terminación está prevista para 1974

CIESPAL

