



CHASQUI
(precolombina)

'CHASQUI'

CIESPAL:

**Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación
para América Latina.**

**Avenida de las Amazonas N° 1521 — Teléfonos: 234031 - 236144
Apartado de Correos N° 584 — Cable: CIESPAL**

Quito - Ecuador

chasqui 9

El análisis de contenido de los mensajes en América Latina, ha sido una de las técnicas de investigación de la comunicación que sólo ha sido tratada en su aspecto cuantitativo y muy poco en lo cualitativo, debido a que las tesis funcionalistas que se utilizan, no constituyen una metodología adecuada para el contexto histórico de nuestros pueblos.

Esta premisa sugiere la necesidad de difundir los trabajos que se realicen en el área, referentes al análisis cualitativo de los mensajes, y con esta oportunidad nos permitimos entregar el estudio "ANALISIS DE CONTENIDO DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS EN LA TELEVISION".

Otro de los aspectos importantes dentro de la problemática de la comunicación, es la función de educación permanente que deben cumplir los medios de información en los países del tercer mundo; ya que el desarrollo tecnológico de los medios ha hecho que los grupos marginados tengan relativo acceso a la provisión de especialmente instrumentos o aparatos de radio, lo que conlleva el establecimiento de un examen de los factores que intervienen en la función forma-

tiva de los medios. Con este criterio se difunde el trabajo "UTILIZACION DE LOS MEDIOS PARA LA COMUNICACION EDUCATIVA".

Como uno de los propósitos de CHASQUI es que su contenido sea esencialmente científico, incluimos en la sección de investigación el "INFORME DE LA INVESTIGACION EXPLORATORIA SOBRE NUEVAS POSIBILIDADES DEL RADIO EN LA TARAHUMARA", México, que constituye una indagación para detectar nuevas posibilidades de uso de la radio en las comunidades rurales.

En las próximas ediciones se pondrá especial énfasis en la publicación de metodologías de investigación de la comunicación colectiva y análisis de los medios en Latinoamérica, para establecer un verdadero diagnóstico de la situación de la comunicación en nuestra región.

'CHASQUI'

LA COMUNICACION EN LATINOAMERICA



— : * : —

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

'CHASQUI'

REVISTA DE CIESPAL

Nº 9 — ABRIL — JUNIO — 1975

S U M A R I O :

D O C U M E N T O S :

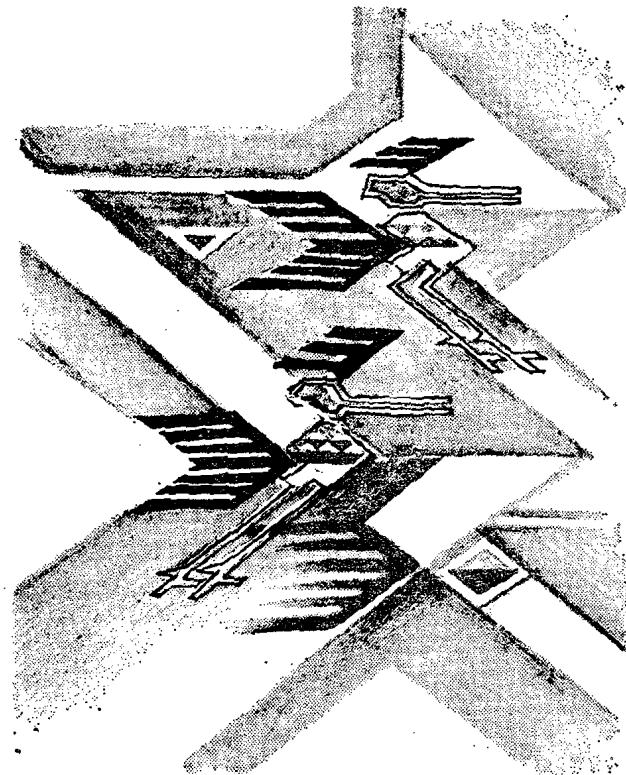
- UTILIZACION DE LOS MEDIOS PARA LA COMUNICACION EDUCATIVA 11

I N V E S T I G A C I O N :

- INVESTIGACION SOBRE POSIBILIDADES DEL RADIO EN LA TARAHUMARA 25

- ANALISIS DE CONTENIDO DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS EN LA TELEVISION 68

EDICION:
Jorge Merino Utreras



documentos

* UTILIZACION DE LOS MEDIOS PARA LA COMUNICACION EDUCATIVA

Por: Profesor Antonio Noguez Ramírez
Jefe del Departamento Técnico,
Dirección General de Educación
Audiovisual y Divulgación,
México.

Los medios de comunicación colectiva desarrollados gracias a la tecnología, actúan en forma determinante en la conducta humana; razón por la cual varios países están tratando de orientar la utilización de estos medios de comunicación hacia el proceso educativo de las comunidades y de esta forma tratar de anular al menos en parte el poder nocivo que puedan ejercer en el público.

Entre las muchas ventajas que ofrecería la utilización de estos medios en la educación, se pueden citar las siguientes: ayudan a democratizar la cultura, poniéndola al alcance de todos sin prejuicio de nivel económico, social, cultural, raza o lugar de residencia. Proporcionan al hombre la oportunidad de vincularse a la problemática mundial; conocer y participar de todas las informaciones que se producen en el mundo.

Los medios de comunicación colectiva son moderadores de la conducta humana y se han utilizado para informar, recrear, educar, aunque no siempre en la mejor forma y con los mejores resultados. Los mensajes son dirigidos a cada persona, a pesar de la difusión colectiva.

Las limitaciones que presentaría la utilización de es-

tos medios, serían las siguientes: difunden mensajes unidireccionales. Estos medios no son autosuficientes en las tareas docentes.

La radio, a pesar de las ventajas con que cuenta la televisión y el cine, tiene gran importancia como medio de comunicación, sobre todo porque: sus transmisiones llegan a los lugares más apartados y lejanos; permite al radioescucha realizar otras actividades mientras oye la radio; sus transmisiones oportunas e instantáneas; sus programas tienen un costo bajo de producción y sobre todo, se cuenta con 50 años de experiencia en el uso de este medio.

Las principales desventajas de la radiodifusión serían: rigidez de los mensajes, por lo que muchas veces no es posible la selección; mensajes fugaces, irreversibles y unidireccionales. Sin embargo hay que anotar que son desventajas que pueden ser fácilmente superadas por medio de una buena planificación y el uso de ciertas ayudas.

La televisión facilita el uso de una serie de ayudas audiovisuales que permiten una mejor presentación de la clase; el mensaje televisivo facilita la personalización, ya que da la sensación de que el maestro se dirige en particular a cada uno de los alumnos. Las desventajas que presenta: unidireccionalidad, fugacidad, irreversibilidad y rigidez en el horario; alto costo de equipos y receptores; necesidad de un personal especializado y material especial. Factores negativos que obligan a utilizar la televisión como medio educativo sólo cuando se trata de un gran número de alumnos que justifique el alto costo de su producción. El cine es otra ayuda audiovisual completa, cuya recepción es masiva, pero en muchos casos es colectiva. La utilización del color y tamaño de la pantalla permiten dar mayor realidad a los mensajes. Asimismo, es posible ver hechos que han sucedido mucho tiempo atrás y actualizar cualquier mensaje en el momento oportuno. Las desventajas en este caso serían: el tiempo que se requiere para la producción de los mensajes y el alto costo que representa; el escaso público que permite un aula escolar de cine; los noticieros cinematográficos casi siempre son atrazados.

* En: Técnicas de Producción en Teleducación (Publicación VI Seminario Latinoamericano para Profesores de Teleducación, Bogotá, 1971 — ISI).

INTRODUCCION

Es un hecho palpable para la sociedad actual que a partir de este siglo la Tecnología ha tenido un desarrollo inusitado que jamás se había visto en la historia del hombre. Los medios para la comunicación masiva actúan en forma envolvente modificando la conducta de los individuos, de ahí que los educadores hayan pensado desde la aparición de estos medios en la sociedad, la forma de utilizarlos con fines educativos y culturales.

Son muchos los países que han utilizado a los medios masivos como vehículos para llevar la cultura al pueblo. Se ha demostrado que pueden ser medios efectivos cuando son utilizados en forma adecuada: por el contrario, cuando estos medios sólo sirven para intereses comerciales, se lucra con su poder masivo llevando mensajes que en muchos casos son nocivos para la conducta social de los radioescuchas, televi-dentes, lectores o asistentes al cine.

Si examinamos a grandes rasgos, las características comunes que ofrecen los medios para la comunicación masiva: radio, cine y televisión encontraremos las siguientes:

VENTAJAS

1. Ayudan a democratizar la cultura. Ponen ésta al alcance de todo mundo (no importando su credo, sexo, raza o condición social) elevando el nivel educativo y cultural del pueblo, estos medios ayudan a lograr una mejor comprensión y una mejor convivencia armónica entre los hombres. Por otro lado, no importa el lugar en que se encuentren las personas: en grandes ciudades o en pequeños pueblos, todos podrán recibir la influencia de estos medios, sobre todo de la radio.
2. Son producto, los medios masivos, de la Tecnología de nuestro siglo. El hombre se encuentra por primera vez ante un cúmulo de informaciones, el mundo parece que se ha encogido, las dimensiones geográficas se han acortado y la Tecnología, la Ciencia y el Arte son patrimonio de todos los ciudadanos.
3. Los medios masivos son modeladores de la conducta humana. Generalmente han sido utilizados para informar, para educar y para

recrear, estas tres funciones no siempre están balanceadas en la planeación y producción de estos medios. En la mayoría de las ocasiones predomina la recreación y en pocas ocasiones impera la educación. No podemos negar que hay películas y programas de radio y televisión que han sido producidos en forma comercial y que pretenden divertir pero resultan más pedagógicos que aquellos llamados educativos.

4. Ponen al alcance de nosotros noticias y sucesos actuales y oportunos. Puesto que ya no estamos aislados del resto del mundo las novedades tecnológicas, artísticas, científicas y culturales son del dominio popular en cuanto salen a la luz pública. Respecto a esta característica aun vemos como la radio tiene mayor ventaja en la diseminación de hechos en el momento que estos ocurren, la TV toma en pocas horas en dar a conocer las noticias y el cine varios días.
5. Son instrumentos que hacen posibles las relaciones entre los hombres sea espacial o temporalmente distantes los unos de los otros. Esta idea tiene como base la de un intercambio entre las diversas comunidades y los diversos países, ya no seremos ciudadanos de un país, sino que en el futuro quizás se logre que cada individuo piense que es ciudadano del mundo.
6. Los medios masivos, sobre todo la radio y la TV, son agentes portadores de mensajes íntimos. Los mensajes son dirigidos para cada oyente televidente o espectador de cine en forma particular. A pesar de su difusión colectiva las personas sienten que están participando en cierto modo de los acontecimientos que ven o escuchan.

Si analizaríamos cuáles son los inconvenientes generales de estos medios podríamos enlistar las siguientes:

LIMITACIONES

1. Los mensajes son unidireccionales. Aquí reside la dificultad primera de los medios masivos para conseguir una educación efectiva, ya que el mensaje va de emisor a receptor a través de un canal dado, pero no existe la retroalimentación inmediata. Se tiene que esperar algún tiempo para que el emisor conozca el impacto, el efecto que ha tenido su mensaje en la población.

2. El mensaje de los medios de comunicación masiva es fugaz e irreversible. Esto no es válido sino para la radio y la TV y el cine comercial ya que muchas veces la emisión llega en el momento más adecuado en el que se necesita, pero tiene un ritmo inflexible y una duración fija. En el caso del cine educativo cuando el profesor consigue el material filmico para presentarlo en su aula puede él encontrar el mejor momento para mostrarlo.

A últimas fechas la solución de este problema lo encontramos en las grabadoras magnetofónicas y magnetoscópicas que por ahora sólo tienen la limitación de su costo.

3. No son medios autosuficientes en las tareas docentes. La educación es un fenómeno que tiene dos características, es humana y social. La primera característica nos indica que en el proceso enseñanza-aprendizaje interviene un maestro, un alumno y hay contacto directo personal y afectivo; éste ha sido el reto principal para los medios masivos a quienes se ataca de ser impersonales, de ser inhumanos y que comunican simplemente información. Teniendo presentes estas desventajas los educadores han tratado de ser selectivos en cuanto al uso de estos medios y al mismo tiempo se han tomado medidas que se analizarán más tarde.

A continuación trataremos de analizar cada uno de estos medios masivos en forma particular.

R A D I O

En medio de la fascinación que tiene la TV y el cine con frecuencia se subestima a la radio como instrumento cultural. Dado el comportamiento de las ondas hertzianas de radio, las transmisiones a través de este vehículo pueden cubrir grandes áreas del territorio de un país y aún pueden sobrepasar sus fronteras. Esta recepción masiva permite escuchar aún en regiones en las que hay dificultad de comunicación directa por carretera o vía férrea.

V E N T A J A S

La recepción por radio permite escuchar mientras se realiza otra actividad, por muchos años este medio ha sido de una gran popularidad en la provincia en donde aún no llega la TV, pues las amas de ca-

sa, los campesinos, los empleados, pueden escuchar la música, las noticias, etc., mientras realizan otra actividad cotidiana.

Otra ventaja de las transmisiones de radio, es el hecho de que es el medio más oportuno de difusiones, ya que en forma instantánea lanza sus mensajes, sean de comunicación, de noticias o de eventos que suceden no sólo en el país, sino en el extranjero. El radioescucha, tiene la sensación de participar, de estar en el lugar en que están sucediendo los hechos, la radio es todavía el medio más rápido de dar noticias en vivo.

Cuando son utilizados en forma adecuada, balanceada e ingeniosa, los tres elementos del mensaje radiofónico: las voces, la música y los efectos sonoros, se forman imágenes visuales que ayudan a comprender mejor los mensajes.

Por otro lado se tiene una mayor experiencia en el uso de este medio pues hace más de 50 años que viene siendo utilizado en el mundo.

Los programas radiofónicos son de bajo costo de producción, la institución que produce programas radiofónicos debe contar con un equipo electrónico, actores radiofónicos, ingenieros, etc., pero que debido a la gran difusión masiva el costo por radioyente es mínimo.

Cuando la escucha radiofónica es auxiliada con materiales visuales, con materiales de acompañamiento, se puede hacer muy efectivo el aprovechamiento de este medio. Se ha experimentado la llamada "radiovisión" con resultados sumamente halagüeños que han convencido de la bondad educativa de la radio con el auxilio de imágenes.

La escucha del radio se realiza en diversos medios, no sólo en la escuela y el hogar, sino a veces en el campo, en la excursión, en el auto, gracias al descubrimiento de los transistores que han logrado abaratar el costo de los radios receptores. Todo esto hace que este medio de comunicación masiva sea hasta el momento el más popular entre la mayoría de la población.

LIMITACIONES

Las desventajas principales de la radiodifusión educativa son las siguientes: rigidez del mensaje; en un momento dado, el radioescucha

no puede escoger un programa en lugar de otro. El mensaje es fugaz e irreversible y unidireccional. La lección se dirige exclusivamente a un sentido: el oído, por lo que está en desventaja en relación a la TV.

Sin embargo, debemos considerar que estas limitaciones pueden ser hasta cierto punto superadas si existe una planeación adecuada, si hay un balance armónico entre voces, música y efecto que haga que el radioescucha sea cautivado por el mensaje.

La característica de rigidez y fugacidad, actualmente ha sido superada por medio de la grabación en cinta magnetofónica. Por otro lado el material complementario: calendarios, honorarios, notas para el maestro utilizador, notas para los alumnos, material didáctico; diaPOSITIVAS, bandas de proyección fija, rotafolios (laminarios) láminas ayudan a reforzar la efectividad del mensaje radiofónico.

TELEVISION

El mensaje por TV es audiovisual cien por ciento ya que contiene imágenes en movimiento y sonidos. A veces el maestro ha sobreestimado el atractivo que el medio en sí representa para el alumno y presenta Diagramas que no despiertan el interés ni sostienen la atención, debido a un contenido pobre desde el punto de vista visual.

La TV permite cuando es utilizada con fines didácticos, el uso de todos los auxiliares audiovisuales que ayudan a enriquecer las lecciones, se pueden presentar lecciones "modelo".

Un buen maestro que dispone de tiempo, analiza el contenido programático de cada tema, se documenta en varias fuentes, consigue materiales diversos, ensaya su lección después de haber hecho un plan de clases que se traduce a un guión y finalmente ensaya y presenta la lección ante las cámaras, naturalmente que estas lecciones son efectivas máxime que allí están los esfuerzos y trabajos por muchas horas no sólo del telemáestro, sino también de varias personas: dibujantes, técnicos, camarógrafos, productores, operadores, etc.

La TV es un medio oportuno de difusión instantánea "en vivo" o en algunos casos de difusión llamada "diferida" por medio de grabación en video tape. Al igual que la radio, da la sensación de participación, el alumno siente que está en el lugar de los hechos. Nadie ol-

vidará el primer alunizaje del hombre, los Juegos Olímpicos, la muerte de Kennedy y otros hechos que han sido compartidos algunas veces con la alegría y otras con dolor por millones de personas en muchos países del mundo.

Otra ventaja del mensaje por TV es la "personalización" ya que el telemaestro parece dirigirse a cada uno de sus alumnos en particular por el hecho de mirar hacia el lente, da la sensación de que está enseñando a todos y a cada uno de los alumnos en particular.

En el caso de la TV como en el de la radio, los materiales de acompañamiento: libros, mapas, diagramas, etc., también son valiosos auxiliares.

Las desventajas de la TV son: unidireccionalidad, fugacidad, irreversibilidad y rigidez en el horario. Además existe un factor adicional; el alto costo de producción: los aparatos y equipos, los diversos materiales, las cintas de grabación, el personal especializado, los maestros, guionistas, productores, etc. Obligan a considerar con mucho detenimiento el uso de la TV siempre y cuando vaya a beneficiar a un gran número de alumnos y por lo tanto se justifique su alto costo de producción.

Por lo que se refiere al costo del receptor, en muchos casos es aún privativo para algunos sectores de la población y sobre todo el hecho de que algunos poblados no cuentan todavía con energía eléctrica hace que no sea posible su recepción. A últimas fechas ya se han popularizado los receptores portátiles de TV pero aún son costosos.

En la mayoría de las naciones latinoamericanas no es posible cubrir con un solo emisor todo el país, dado el comportamiento de las ondas de TV y la dificultad que presenta de la topografía del terreno. El uso de estaciones relevadoras de microondas ayudan a vencer esta dificultad.

Por último no debemos dejar de mencionar que existen ciertas limitaciones debido al tamaño de la pantalla de TV (21 ó 23), en la recepción colectiva en un salón de clases a veces se pierden los detalles. Esto lo debe tener presente el director de cámaras y recordar que no debe producir para la cabina de estudio de TV sino para el salón de clases donde hay limitaciones en la visibilidad.

C I N E

En primer lugar es necesario aclarar que podemos considerar al cine desde el punto de vista comercial y desde el punto de vista educativo. En el primer caso nos referimos al cine que se ve en las salas exprofeso donde se tiene que pagar un boleto, en el segundo al cine educativo que se presenta en el salón de clases.

El cine como la TV es un auxiliar audiovisual completo pues contiene imagen en movimiento y sonido. La recepción es masiva, pero en muchas ocasiones es selectiva. Despierta el interés y sostiene la atención; el cine debe verse en un local obscurecido en donde se debe prestar total atención a la pantalla.

Una gran ventaja de la cinematografía es el hecho de que cuenta con la ayuda del color que lo hace más realista; además dado el tamaño de la pantalla permite mostrar muchos detalles, cosa que la TV no puede hacer. La edición cinematográfica permite mostrar diversos ángulos, encuadres, momentos diversos y cambios bruscos del tiempo y espacio.

Se ha comprobado que a través del cine se puede ver hechos que han acontecido hace unas horas, hace años o hace siglos; no hay barreras ni distancias.

A diferencia de la radio y la TV, el cine se puede mostrar oportunamente en el salón de clases, pues si el film se consigue a tiempo (lo cual a veces no es fácil) se mostrará en el momento que más se necesita, cuando el programa escolar así lo indica y con la motivación adecuada.

Las desventajas de la utilización del cine son las mismas de la TV; el mensaje cinematográfico toma cierto tiempo en elaborarse y es de un costo elevado sobre todo en la producción, ya que para realizar una película, se requiere de largo tiempo y un buen presupuesto.

Entre las limitaciones de este medio se encuentra el hecho de que no se puede mostrar una película ante muchas personas en un aula escolar. Los temas presentados en las grandes salas cinematográficas ya son conocidos, aun los noticieros muestran noticias que ya hemos visto en la TV o hemos escuchado en la radio. El hecho de que la

película se tenga que ver a obscuras impide tomar notas o apuntes que a veces son necesarios.

C O N C L U S I O N E S

Muchas son las ventajas y desventajas de estos medios de los cuales necesitamos hacer un justo balance antes de utilizarlos para fines educativos y culturales. Los medios de comunicación colectiva cuando son utilizados en la educación, presentan algunas barreras que impiden que los maestros con gusto, utilicen estos medios, debido a que no están convencidos de sus bondades; entre estas barreras podemos mencionar las siguientes:

1. Desconocimiento de las grandes capacidades de los medios.
2. Temor de los maestros por verse desplazados al creer que los medios, los auxiliares van a substituirlos en su labor docente.
3. Falta de conocimiento del papel que le toca asumir al maestro que utiliza los medios.
4. Ley de menor esfuerzo.
5. Apatía y abulia.
6. Rechazo al cambio.
7. Costo de los aparatos.
8. Otros motivos: asuntos personales, política educativa, directrices de las autoridades, etc.

Es importante conocer las potencialidades de estos cambios, pero también cuales son sus limitaciones, ya que casi siempre existe una idea equivocada en las autoridades educativas cuando por vez primera utilizan estos medios para fines didácticos y culturales y sobreestiman sus poderes y su valía. Por ello vemos que entre sus capacidades ya demostradas tenemos la ayuda que prestan para democratizar la enseñanza, poniendo al alcance de la población las informaciones científicas, técnicas, artísticas, etc. También ayudan en la educación permanente que tiene como base el hecho de que el hombre debe estudiar no sólo en las aulas, sino una vez que ha salido de ellas para seguir desa-

rrollando sus capacidades. Pero también es necesario preguntarse antes de utilizar un medio si los objetivos que se persiguen exigen la difusión instantánea de una serie de mensajes en todo el territorio o en parte de él; por otro lado debemos estudiar y estar convencidos de que estos medios constituyen el canal difusor más eficaz y rentable para la información de que se trata. De no ser así es mejor recurrir según sea el caso a la enseñanza directa, a la imprenta, a la película de proyección fija, a los materiales gráficos o a otros vehículos menos onerosos y de más fácil manejo.

El telemaestro también deberá analizar con sumo cuidado las capacidades y limitaciones de estos medios con el objeto de aprovechar al máximo las primeras y tratar de superar las segundas.

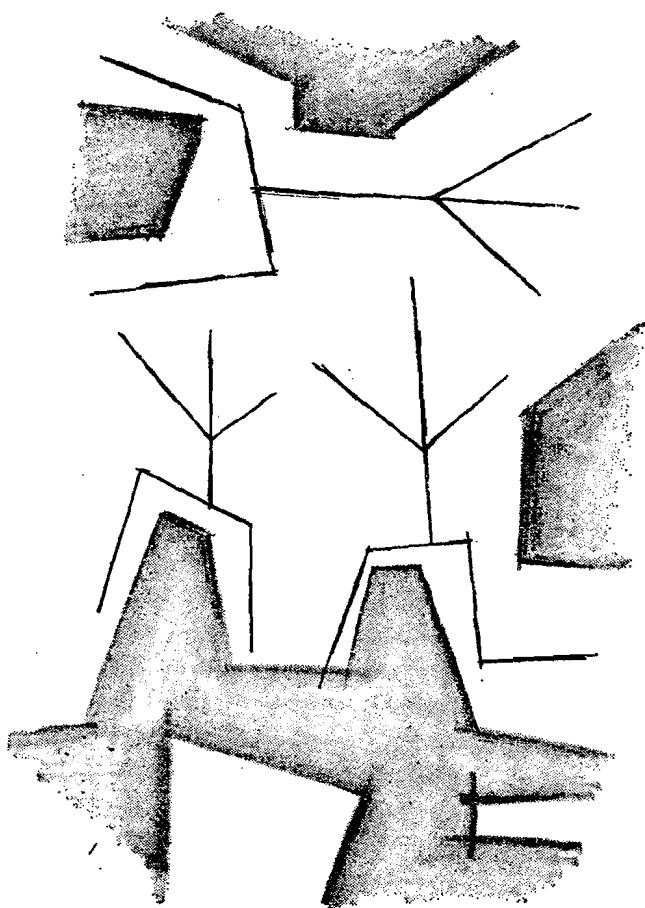
La lección que se prepare deberá estar estructurada en forma lógica y psicológica tomando en cuenta el nivel de los alumnos a los cuales va dirigida.

La selección de recursos auxiliares que ayudarán a hacer más comprensible el tema deberá igualmente ser hecha con todo rigor analizando las características de los materiales, para utilizar los más adecuados.

Aunque las emisiones educativas tienen finalidades específicas, la preocupación didáctica debe predominar pero sin llevarse a un extremo en el que se elaboren lecciones que contengan tal cúmulo de ideas o presenten temas en forma tan académica que dará por resultado que los alumnos no pondrán atención y será un tiempo perdido inútilmente.

Por último es necesario el auxilio de otros materiales de acompañamiento que auxilien tanto al maestro utilizador como a los alumnos. El talón de Aquiles del aprovechamiento de las lecciones está en la labor del maestro ya que sólo él podrá obtener el provecho de las emisiones o se concretará a dejar que el mensaje se quede incompleto pues en ocasiones no se adapta totalmente a cada alumno.

El carácter instantáneo y directo de la transmisión de radio y TV y el gran poder educativo que tiene la cinematografía al poder mostrar hechos de diversa índole, hace de cada hombre el ciudadano de un mundo amplio, el testigo de los acontecimientos más lejanos, el vecino de todos los hombres.



investigación

INFORME DE LA INVESTIGACION EXPLORATORIA SOBRE NUEVAS POSIBILIDADES DEL RADIO EN LA TARAHUMARA

Por: Jerry O'Sullivan

**Instituto Tecnológico y de Estudios
Superiores de Occidente,
México.**

Esta investigación tuvo por objeto detectar nuevas posibilidades de uso de la radio en las comunidades tarahumaras y fue realizada del 15 de julio al 15 de agosto de 1972. La muestra escogida para el estudio estuvo conformada por las comunidades Bawichiki, Ojachichi, Panalachi, Tewerichi y Wewachérare, que fueron seleccionadas por ser las más pobres, más uniformes en el aspecto cultural y porque en ellas se establecerían las primeras escuelas informales.

Las hipótesis que se trataron de probar, fueron las siguientes: 1.— La radio puede convertirse en elemento de co-

hesión social en las comunidades tarahumaras, evitando así el aislamiento en que viven sus miembros y el estancamiento de su cultura. 2.— La radio puede constituirse en un puente de comunicación entre las comunidades materia de estudio y las ciudades y pueblos vecinos. 3.— La radio podría desempeñarse como entrenador y auxiliar de los maestros (según la pedagogía de Paulo Freire).

Entre los principales resultados obtenidos constan: los tarahumaras viven en casas pequeñas y todos trabajan, principalmente en la agricultura; su alimentación básica es el maíz y en general aquella es muy abundante pero desbalanceada; su higiene y su salud están muy descuidadas. Les gusta mucho la música y varios tocan algún instrumento.

En cuanto al tiempo se rigen por el ciclo agrícola y lunar. Tienen un alto grado de identificación con su cultura. Los tarahumaras dentro de su comunidad se sienten seguros pero frente al blanco son tímidos. La mayoría habla español pero lo oculta, y en general son analfabetos. No tienen conciencia histórica ni geográfica. Es difícil entablar comunicación entre un tarahumara y un blanco. Sus líderes de opinión son los siríames, los comisarios ejidales, los maestros, los ancianos y algunos blancos.

Casi nadie posee receptor de radio, aunque manifiestan su deseo de tenerlo y sintonizarlo.

1. ANTECEDENTES

El diseño de esta investigación se llevó a cabo durante el seminario sobre la pedagogía y filosofía de Paulo Freire, que se realizó en México del 15 de junio al 13 de julio de 1972 (1).

En este seminario se decidió investigar tres aspectos que parecieron los más importantes para el proyecto de educación de adultos: dependencia estructural, selección de maestros, y posibilidades del radio.

Este informe responde únicamente al aspecto del radio, dentro de las tres líneas de investigación.

El trabajo de campo fue realizado del 15 de julio al 15 de agosto de 1972 en la Sierra Tarahumara.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 OBJETIVO

Explorar nuevas posibilidades de uso para el radio en las comunidades tarahumaras.

2.2 POSIBILIDADES DEL ENUNCIADO ENCONTRADAS EN EL SEMINARIO

El radio tal vez como:

- Elemento de cohesión social.
- Puente de comunicación.
- Auxiliar del maestro dentro de la pedagogía de Paulo Freire.
- Entrenador del maestro dentro de la pedagogía de Paulo Freire.

2.3 EXPLICACION DE LAS HIPOTESIS

- El Radio tal vez como elemento de cohesión social.

La cultura tarahumar parece estar estancada desde hace cuatrocientos años debido, en parte, a la dispersión de la gente y su falta de cohesión social, es decir, de comunicación. Esto, a su vez, ha provoca-

(1) Cfr: *Revista del Centro de Estudios Educativos*, vol. II — 3, pp. 111 — 117.

do un marcado aislamiento en el tarahumar que le mantiene alejado de sus semejantes. Esto hace pensar que es necesario que haya intercomunicación entre las comunidades tarahumaras, tanto de una manera interior en cada comunidad, como de una comunidad a otra. El radio, puede propiciarla?

— **El Radio tal vez como puente de comunicación.**

Una de las características principales de las comunidades tarahumaras es que están en gran parte aisladas del resto de la Nación de que forman parte. El radio, podría constituir un efectivo puente de comunicación entre las comunidades y las ciudades o pueblos circundantes?

— **El Radio tal vez como auxiliar del maestro dentro de la pedagogía de Paulo Freire.**

Dentro de la pedagogía de Paulo Freire, el maestro asume el papel de coordinador. Podría el radio proveerlo de imágenes auditivas que impulsaran la dinámica de los círculos de cultura? Podría el radio reforzar los temas que surgen de los círculos de cultura?

— **El Radio tal vez como entrenador del maestro dentro de la pedagogía de Paulo Freire.**

El maestro, en su calidad de coordinador de los círculos de cultura, debe tener un profundo conocimiento de la cultura y sicología del tarahumar. De la misma manera, debe poseer un conocimiento total y claro de los temas que se están tratando en estos círculos a fin de que no queden en él dudas e incertidumbres que puedan entorpecer su curso. El radio, podría responder a estas necesidades del maestro? Podría ser su entrenador?

2.4 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Esta investigación es digna de hacerse por dos razones fundamentales:

— Porque se está desperdiциando el medio-Radio, considerando el alcance e impacto que puede tener (2).

(2) Para mayor información, consultar Revista del Centro de Estudios Educativos.

— Porque el radio tiene que buscar siempre el camino más indicado para llegar al receptor al que está destinado y las Escuelas Radiofónicas desean llegar al tarahumar.

2.5 OTRO MODELO COMO PUNTO DE COMPARACION

Esta investigación fue totalmente exploratoria. No hubo ningún modelo de comparación o punto de referencia ya que no se había llevado a cabo ninguna investigación bajo las mismas circunstancias.

2.6 FORMULACION DEL PROBLEMA

Explorar nuevas posibilidades de uso para el radio en las comunidades tarahumaras. El radio tal vez como elemento de cohesión social; como elemento de puente de comunicación hacia afuera y hacia adentro de las comunidades; como elemento auxiliar y entrenador del maestro dentro de la pedagogía de Paulo Freire, u otras.

3. METODOLOGIA

3.1 ESQUEMA BASICO

El esquema básico, para formular el instrumento de investigación, fue la estructura fundamental del proceso de la comunicación, tal como la describen varios investigadores de la teoría de la comunicación.

FUENTE.— Para conocer las posibilidades técnicas y humanas de la misma.

RECEPTOR.— Para conocer al tarahumar como receptor radiofónico. También se incluyeron tres puntos:

COMUNICACION.— Para conocer el proceso de comunicación del tarahumar.

DISEÑO.— Para esbozar las primeras soluciones prácticas, nacidas de la observación en el campo.

OTROS ASPECTOS.— Puntos que no cabían en las divisiones anteriores mencionadas.

— La guía de investigación, con todos los temas para ser investigados, se encuentra en el apéndice de este informe.

3.2 PARTICIPANTES

Intervinieron en la investigación, ocho estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Dos de ellos habían concluido el cuarto año y los otros seis, el segundo año de la carrera.

3.3 EXPERIENCIA DE LOS PARTICIPANTES

Dos de los estudiantes habían tomado parte de una investigación dialógica, que tuvo por objetivo conocer como receptor para Radio Educativo a un grupo de muchachas entre 18 y 28 años de edad, residentes en la colonia Vicente Guerrero de la ciudad de Guadalajara.

Asimismo habían concluido el crédito de Radio Educativo, elaborando y aplicando un curso de geografía por radio a las personas que fueron investigadas.

Los otros seis participantes habían trabajado, durante dos años, en el Departamento de Integración Comunitaria (DIC) de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Como integrantes y coordinadores de este departamento participaron en una investigación que tuvo como objetivo conocer la realidad de los medios de comunicación en una colonia suburbana de Guadalajara por medio de la investigación dialógica.

3.4 ENTRENAMIENTO PREVIO A LA INVESTIGACION

A manera de entrenamiento, cuatro de los participantes tuvieron la oportunidad de formar parte activa de un seminario sobre la pedagogía de Paulo Freire. El seminario, que duró tres semanas, también preparó a sus integrantes en cuanto a un conocimiento básico de la realidad tarahumara. Asimismo, se vieron experiencias parecidas de educación e informar en diferentes estados de la República.

La última semana del seminario fue dedicada a la formulación de las hipótesis y de los instrumentos de trabajo. La guía original formulada durante el seminario, fue reestructurada en Sisoguchi, de acuerdo a un nuevo orden.

En el apéndice se pueden ver copias de las dos guías.

3.5 MEDIDAS EN OBSERVACION

Los puntos de la guía fueron investigados por medio de "entrevistas dialógicas", a través de los intérpretes (futuros maestros bilíngües de las escuelas informales). Dichas entrevistas se realizaron —cuando fue posible— a manera de diálogos espontáneos. Al mismo tiempo se usó la observación objetiva, según lo indica el Método MEI: observación de una realidad dentro de su contexto sin hacer comparaciones con la realidad que ha vivido el investigador.

Toda la observación fue escrita en los diarios de campo. Cada investigador redactó todo lo que vio y escuchó objetivamente al terminar un día de trabajo. Después de esto, el investigador redactó las impresiones y sentimientos personales que aquella realidad le había causado. Por último, el investigador expuso brevemente su estado de ánimo.

El último día de cada semana de observación, el cuerpo de investigadores se reunió en Sisoguchi. Fueron varios días, antes de que se regresara a las comunidades, los que se dedicaron a formar seminarios para exponer las experiencias personales de cada uno de los investigadores para aclarar puntos oscuros y tabular los resultados de la semana de observación.

DEFINICION DE LOS PUNTOS DE VISTA DE LA GUIA Y SU IMPORTANCIA PRACTICA

FUENTES.— Se definió como el lugar de donde procede la emisión.

Importancia práctica: fue necesario conocer las posibilidades técnicas y humanas de la fuente. También se buscaron posibilidades técnicas para que hubiera fuente en las mismas comunidades.

1. Posibilidades Técnicas: Se definieron como los alcances reales del transmisor, así como el material técnico que tiene en existencia la fuente.

1.1 Radio: Se definió como todo el equipo de radio-difusión y radio-recepción de las escuelas.

1.2 Radio Cassetes: Se definieron como cintas grabadas, con programación radiofónica, utilizables en un empaque de plástico.

Importancia práctica. Fue necesario conocer las posibilidades del radio cassette, ya que la educación informal, que se pensaba implantar, necesitaría una programación radiofónica diferente en cada comunidad.

1.3 Audiovisuales: Se definió como el material educativo que hace uso de la imagen visual y auditiva.

Importancia práctica: Fue necesario explorar más posibilidades de educación a través de otros medios, además del radio.

1.4 Televisión Educativa: Se definió como la enseñanza impartida a través de imágenes visuales y auditivas proyectadas en una pantalla electrónica.

Importancia práctica: Igual a 1.3.

2. Personal de Producción y Emisión: Se definió como las personas encargadas de realizar y transmitir la producción radiofónica.

Importancia Práctica: Fue necesario conocer al personal para saber con qué conocimientos y experiencia práctica contaba, para sugerir nuevos conocimientos a través del contacto que se pueda establecer entre ellos y el I.T.E.S.O.

3. Supervisión: Se definió como la manera en que el personal de la fuente controla y revisa el trabajo de las Escuelas Radiofónicas en las comunidades fuera de Sisoguichi.

Importancia práctica.— Fue necesario tenerla en cuenta porque se debía conocer el contacto real entre la fuente y el lugar donde estaban los aparatos receptores.

RECEPTOR.— Se definió como el tarahumar que puede escuchar la emisión radiofónica.

1. Nivel Cultural.— Se definió como el ámbito de algunas actividades o formas de ser del tarahumara que pudieran influir en él como receptor radiofónico.

Importancia práctica.— Fue necesario conocer el nivel cultural del receptor, ya que la transmisión de radio educativo debe ajustarse a las características del nivel promedio de sus escuchas, o aún ser más bajo.

1.1 Alfabetización: Se definió como saber leer y escribir y hablar castellano.

Importancia práctica: Fue necesario conocer el grado de alfabetización porque esto, a su vez, determinaría el grado de sencillez del lenguaje que se emplearía en la transmisión.

1.2 Vivienda: Se definió como todo lugar que usa de habitación el tarahumar.

Importancia práctica: Fue necesario saber de la vivienda, ya que el radio necesita de un lugar para ser escuchado. Se requería saber si esta vivienda favorecía o estorbaba a la transmisión.

1.3 Trabajo: Se definió como toda ocupación del tarahumar que estuviera encaminada a conseguir algún bien para subsistir.

Importancia práctica: Fue necesario conocer el trabajo, porque esto daría a conocer la ocupación del receptor y las horas que estaría fuera de su casa.

1.4 Alimentación: Se definió como todo lo referente a la comida y maneras de sustentarse del Tarahumar.

Importancia práctica: Conocer y ver más de cerca la alimentación del tarahumar, ya que es uno de sus principales problemas.

1.5 Salud e Higiene: Se definió como todo lo observable en cuanto a estado físico, enfermedades, limpieza personal y de la vivienda del tarahumar.

Importancia práctica: Conocer a fondo este problema y buscar la posibilidad de dar soluciones por radio.

1.6 Costumbres y Tradiciones: Se definió como toda actitud, manera de expresarse o actividad que hiciera el tarahumar como algo habitual o ritual.

Importancia práctica: Conocer por medio de ellas, la historia del receptor y adquirir temas para la radiodifusión.

1.7 Música y Ruidos: Se definió como todo sonido musical producido por el tarahumar, las ocasiones en que se usan instrumentos que tiene. También se tomaron en cuenta otra clase de sonidos propios del medio que lo rodea.

Importancia práctica: El programa radiofónico está integrado por música, efectos de sonidos y texto. Fue necesario conocer la música y ruidos pertenecientes a este ambiente para darle a la programación la ambientación adecuada.

1.8 Aglutinamiento: Se definió como los lugares, formas y objetivos de reunión de los tarahumaras.

Importancia práctica: Fue necesario conocer otros aspectos para promover la aglomeración de auditorio para el radio.

1.9 Horarios: Se definió como todo lo referente a la repartición del tiempo, según el día, la semana, el mes, el año y el ciclo agrícola.

Importancia práctica: El programa radiofónico necesita una hora de transmisión y una cierta duración. Conocer los horarios daría la hora y día en que sería escuchada la programación radiofónica.

1.10 Actitud del Tarahumar: Se definió como la manera de ver la opinión que manifestara el tarahumar **hacia él mismo**. La Misión se definió como la actividad que realizan los miembros de la misión jesuítica en la sierra tarahumara. **Hacia la cultura blanca.** Se definió como los chabochis y su modo de vivir dentro de la sierra y fuera de ella. **Hacia las técnicas modernas.**— Se definió como las maneras nuevas y objetos innovadores de la civilización occidental que facilitan el trabajo, sirven de recreación y proveen comodidades al hombre de 1972.

Importancia práctica: El radio necesita conocer estas actitudes para encontrar la manera más apropiada de llegar al receptor.

1.11 Conciencia Histórica: Se definió como todo aquello que diera indicios de que el tarahumar está consciente de su situación en el tiempo.

Importancia práctica: Es uno de los puntos principales de la pedagogía de Paulo Freire: crear la conciencia histórica. El radio tendría que ayudar a ello.

COMUNICACION.— Se definió como el proceso de comunicación que sigue un tarahumar para aprender, comunicarse y recibir información.

2.1 Propósitos y conductas habituales de comunicación del tarahumar: Se definió como las motivaciones que tiene el tarahumar para comunicarse y las formas con que lleva a cabo este proceso.

Importancia práctica: Para saber por qué y cómo se comunica el tarahumar.

2.2 Lenguaje: Se definió como la manera en que el tarahumar emplea la palabra para expresar sus ideas.

Importancia práctica: El conocimiento del lenguaje le daría al radio el vocabulario que debería usar en las emisiones.

Gestos: Se definieron como las expresiones o ademanes que hiciera el tarahumar con el rostro o el cuerpo para comunicarse.

Señas: Se definieron como indicios particulares del tarahumara que dieran a entender alguna cosa.

Silencio: Se definió como el estado del tarahumar en que, estando presente otra persona, no emitiera palabra alguna.

2.3 Diferentes Dialectos: Se definieron como los distintos lenguajes de las comunidades indígenas de tarahumaras.

Importancia práctica: En caso de que la transmisión fuera en idioma tarahumar, se tendría que escoger el dialecto que más se entendiera.

2.4 Estímulos más eficaces en el tarahumar para producir respuesta: Se definieron como los elementos, —ya sean palabra, ideas u objetos— que movieran al tarahumar a hacer algo, escuchar, poner atención, etc.

2.5 Nivel de Redundancia: Se definió como el efecto de repetición que pudiera tener el lenguaje tarahumar.

Importancia práctica: —de los puntos anteriores.— Para poder elaborar una teoría de la comunicación tarahumara que sirviera para la transmisión radiofónica, así como para los coordinadores de los círculos de cultura.

2.6 Noticias de Interés: Se definieron como los sucesos recientes sobre los que quisiera estar informado el tarahumar y la longitud geográfica que abarcara la información.

Importancia práctica: Era necesario conocer qué tipo de noticia le interesaría escuchar al receptor, para que el radio fuera un verdadero punto de comunicación.

2.7 Los líderes de opinión: Se definieron como las personas dentro de cada comunidad que más influencia tuvieran en la manera de pensar o de actuar del tarahumar residente de la misma.

Importancia práctica: Era necesario conocer la identidad de estas personas y el por qué de su influencia, porque forzosamente se ha de contar con su apoyo antes de emprender cualquier actividad escolar o radiofónica.

3. DISEÑO: Se definió como el esbozo de posibles soluciones para los puntos que vienen a continuación:

3.1 Retroalimentación: Se definió como el conjunto de formas en que la valorización que expresara el tarahumar sobre cierto programa radiofónico, pudiera llegar a la fuente que transmitió dicho programa.

3.2 Participación del receptor en las transmisiones: Se definió como el conjunto de formas en que el tarahumar pudiera tomar parte en las emisiones.

Importancia práctica: Los dos puntos anteriores buscaban la manera de hacer del medio radiofónico un medio dialógico.

3.3 Cómo hacer aceptable el radio entre los tarahumaras: Se definió como el conjunto de formas que se tenían que buscar para lograr la aprobación del tarahumar hacia el radio.

3.4 Promedio de radios por comunidad: Se definió como la cantidad más conveniente de aparatos de radio en una comunidad.

3.5 Bilingüismo: Se definió como el uso de ambas lenguas —castellano y rarámuri— en las transmisiones.

Importancia práctica: Ver las conveniencias y desventajas de usar uno u otro idioma o bien ambos intercalados.

3.6 Participación de los alumnos de las escuelas formales en la transmisión: Se definió como el conjunto de formas en que los alumnos actuales de las E. R. pudieran tomar parte en las emisiones.

3.7 Qué se puede hacer por los niños? Se definió como buscar la manera de no abandonar la educación de los niños, ya que el nuevo método pedagógico que se pensaba implantar se ocupa sólo de la educación de adolescentes y adultos.

3.8 Tendencias generales dentro de cada comunidad: Se definieron como las inclinaciones características de una comunidad, que la diferenciaran de las demás.

Importancia práctica: La promulgación radiofónica debe atender la atención general del grupo al que se dirige.

3.9 Similitud y diferencias de problemas educativos entre una comunidad y otra: Se definió como los asuntos pedagógicos y escolares que causaran dificultades en cada comunidad.

Importancia práctica: Igual a 3.8

4. OTROS ASPECTOS

4.1 El sistema de radio del Ingeniero Carlos Caballero.— Los datos sobre el sistema educativo para el trabajo, que se piensa instalar en Tewerichi y cuyo proyecto tiene a su cargo el Ing. Caballero.

Importancia práctica: Buscar la manera de que este proyecto se relacione con el de radio.

4.2 Facilidades de transporte entre la Fuente y las comunidades: Se definió como la posibilidad de comunicación que hay entre Sisoguichi y las comunidades de Bawichiki, Panalachi, Ojachichi, Tewerichi y Wewachérare, tomando en cuenta las dificultades geográficas y los vehículos disponibles.

Importancia práctica: Teniendo estos datos se podría proyectar de manera más real la supervisión, participación, etc.

Comunidad.— Pueblo o grupo de rancherías cuyos habitantes tienen un punto de referencia común. En esta investigación, la palabra comunidad se refiere a Panalachi, Tewerichi, Wewachérare, Ojachichi o Bawichiki únicamente.

3.7 SELECCION DE LA MUESTRA.— No hubo ningún límite o control en cuanto al número de entrevistas que se hicieron. Igualmente, no hubo elección de la muestra en cuanto a personas, únicamente se eligieron las cinco comunidades en que se investigaría: Bawichiki, Ojachichi, Panalachi, Tewerichi y Wewachérare.

Se escogieron estas cinco comunidades por:

- 1.— Ser de las más pobres de la Sierra Tarahumara.
- 2.— Ser de las más uniformes culturalmente.
- 3.— Ser los lugares escogidos para poner las primeras escuelas informales.

Las diferencias mayores entre estas comunidades fueron dos: La primera es que en tres ya había escuela —Panalachi, Tewerichi y Ojachichi— y en dos no había —Bawichiki y Wewachérare—. La segunda diferencia fue que 4 de las comunidades estaban habitadas por puros tarahumares —Ojachichi, Bawichiki, Tewerichi y Wewachérare— y una estaba habitada por blancos y tarahumares - Panalachi.

4. RESULTADOS.— (FUENTE)

4.1 POSIBILIDADES TECNICAS DE LA EMISORA XEUMT:

Se cuenta con un equipo nuevo de transmisión, Phillips, que está en proceso de instalación. Sus posibilidades son las siguientes:

- Es un transmisor de frecuencia fija.
- Puede emplearse también para servicio telefónico.
- Trabaja con una antena de 1/4 de onda, vertical de 12.6 mts.
- Tiene una potencia nominal de 400 watts.
- Cuenta con un amplificador integral.
- Necesita una entrada de audio a una alta impedancia comúnmente entre 500 y 600 Ohms.

Características generales de la nueva grabadora:

- Marca Phillips.
- Dos velocidades: 3 3/4 y 7 1/2.
- Motor sincrónico.
- Amplificador estéreo.
- 1 watt de potencia por canal.
- Entrada para micrófono, para línea, para tornamesa y para mezcladora.
- Es estéreo (dos canales).

Características generales de la Mezcladora:

- Es monaural.
- Ocho canales.
- Impedancias para micrófonos de alta y baja impedancia.
- Salida de 500 Ohms balanceada.

Características generales de la tornamesa:

- Motor sincrónico.
- Tres velocidades: 33, 45 y 78.
- Monoaural.
- Circuitos para eliminar el ruido de traslación del disco.
- Tiene monitor.
- Salida de alta impedancia (3).

(3) Hasta que este nuevo equipo esté totalmente instalado y se hayan efectuado todas las pruebas necesarias, se podrán determinar características (alcance, limitaciones, problemas, etc.).

El equipo antiguo, con el que se ha estado transmitiendo desde hace 14 años, y que va a estar ahora de reserva una parte y otra prestando servicio en el hangar, tiene las siguientes características generales:

- Transmisor de alta frecuencia.
- Puede trabajar en servicio telegráfico o telefónico.
- Trabaja en un rango de 2.000 a 20.000 Kcs.
- Trabajó con una antena de 1 onda completa (50 mts.). A este amplificador se le puso un circuito pre-amplificador de audio para micrófonos magnéticos y para la pastilla magnética de la tornamesa; tenía varias impedancias para trabajar la frecuencia que sale del amplificador al transmisor.
- Necesita una entrada de audio a una alta impedancia, comúnmente entre 500 y 600 Ohms, para poder hacer trabajar los moduladores; con esto se logra la recepción, ya sea en telegrafía o telefonía.
- Tiene una potencia nominal de 250 watts.
- Onda corta.
- Frecuencia = 5.960 Khertz. en la banda de 50.34 mts.

4.2 PROBLEMAS, URGENCIAS Y EXISTENCIAS EN EQUIPO:

PROBLEMAS:

- Debido a su antigüedad, el transmisor ha tenido muchas fallas. A veces son transformadores, a veces parte del circuito, condensadores, resistencias, etc.
- A larga distancia es muy buena la recepción, pero cerca se tienen problemas por el terreno. Las condiciones del terreno no tienen mucho que ver, además de la frecuencia y de las temperaturas que hay durante el día. En la tarde, de cinco y media en adelante no se oye casi en ningún lado, excepto fuera del Estado (se escucha muy bien en la parte sur de los Estados Unidos; han llegado reportes de Centroamérica, Chihuahua, México, Veracruz, Cuba, Honduras y Belice). En verano tiene más alcance porque hay nubes y rebota la señal muy lejos.

- Las distancias y la orografía de la sierra seguirá influyendo en la transmisión. Se podría solucionar el problema si se instalara una antena más grande, pero habría que hacer bastantes pruebas. A la antena se le pueden poner directores. Los directores sirven para dirigir la transmisión hacia ciertos puntos, pero por el terreno no es fácil.
- No se pueden instalar repetidores, porque no hay cómo ponerlas. El terreno que abarca la transmisión es muy grande y se necesitaría corriente eléctrica, transmisores y un receptor.
- No se transmite en onda larga porque se necesita mucha potencia y permiso de la Secretaría de Comunicaciones.

URGENCIAS:

- Generador de señales (desde 150 kcs. hasta 45 Megacs).
- Inyector de señales, de 1.000 ciclos y múltiplos.
- Un eliminador de baterías de 6 y 12 volts. directos.
- Un trazador de señales de audífono.
- Un multiprobador de 5.000 Ohms por volt directo (que sirve para medir el consumo, voltaje directo y alterno, decibeles y resistencias).
- Voltímetro electrónico, para medir voltajes, resistencias, decibeles o impedancias. Esto es muy necesario y sus características son: está alimentado por dos baterías; una de 9 volts y la otra de 1 1/2 volts. Sirve para medir voltajes en alterna directa, consumo de miliamperes, decibeles, resistencias, etc.
- Medidor de campo. Mide Microamperes. (Potencia-Corriente). Sirve para medir las señales u ondas estacionarias (señal que se queda en la antena).
- Todo el equipo que se ha mencionado se encuentra actualmente en las E. R. pero pertenece al técnico que está instalando el equipo nuevo. En cuanto se vaya el técnico, se lleva el equipo.
- Falta cable de varios hilos sin forro, y cable forrado para la bajada; aproximadamente se lleva 25 mts. cada antena.
- En cuanto a mantenimiento se enunciaron las siguientes necesidades:
 - * Baterías. Son 6 para cada aparato receptor, renovables cada mes (1 1/2 voltios).

- * Bulbos. (Son 10 por transmisor. Se gasta alrededor de 150 dólares, anualmente en bulbos).
- * La mezcladora ocupa: batería de 1 1/2, que tiene una duración de 10 horas de trabajo continuo. Las cabezas de la grabadora duran un año si se les usa 8 horas diarias.
- * Una aguja, con valor de \$ 120.00 m.n., dura 1.000 discos de larga duración.
- * Actualmente las Escuelas Radiofónicas poseen alrededor de 50 discos. Se necesitan unos 200 más por lo menos.
- * Una reproductora de cassetes, tiene un costo aproximado de 100 dólares.

Otras necesidades:

- * Transistores de varias clases, pues los radios son diferentes.
- * Resistencias, condensadores, transformadores, bocinas.
- * Herramientas para alineación.
- * Aisladores de porcelana para las antenas.
- * Clavijas para conectar las antenas a los radios.
- * Borrador magnético.

EXISTENCIA:

- Además de todo lo que se ha mencionado de equipo, se cuenta con:
- Micrófonos de cerámica, de alta impedancia y magnéticos (Para música y voz).
 - Micrófonos de cristal, de baja impedancia. (Sólo son para voz). Los que son para música y para voz se deben usar en una gama de frecuencia desde unos 15.000 a 17.000 ciclos.
 - Una grabadora portátil profesional que utilizan en la supervisión para entrevistar a los maestros y demás.

4.3 OTRAS CONSIDERACIONES:

- Planta de energía. Es marca inglesa, de 18 kilowatts, suficiente para el consumo del equipo y del sistema eléctrico de las Escuelas Radiofónicas.
- Posibilidad de T.V. Educativa. Hay que descartarla totalmente, debido a las condiciones del terreno, puesto que la transmisión de T.V.

en línea recta. Como hay muchas escuelas que están en los barrancos, o simplemente en hondonadas, perderían la señal de T.V. La única manera de instalar T.V. en la sierra, sería transmitiendo desde un avión. Este tendría que volar sobre la zona, a cerca de 30.000 ó 40.000 pies de altura. Un avión común y corriente (monomotor, de los que hay en la Sierra) no puede aguantar el equipo necesario para transmitir. Además sería sumamente costoso.

5. RESULTADOS RECEPTOR TARAHUMARA:

5.1 ALFABETIZACION:

5.1.1 La mayoría de los tarahumaras no están alfabetizados.

5.1.2 Saben contar números pequeños; en grandes operaciones aritméticas se pierden.

5.1.3 En algunas comunidades, los líderes (Siríame, comisario) son alfabetizados.

5.1.4 Algunos adultos (Tewerichi) sienten que la escuela no es para ellos porque se sienten grandes. En Wewachérare, por el contrario, tenían deseos de ir a la escuela.

5.1.5 Muchos tarahumaras hablan castellano aunque a menudo lo ocultan.

5.2 VIVIENDAS :

5.2.1 Las viviendas son pequeñas, casi siempre de un cuarto (Desempeñan muchas funciones: cocina, recámara, silla, estufa, mesa); muy alejadas y dispersas entre sí.

5.2.2 Por lo general, la mujer es la que vive la mayor parte del tiempo en la casa. (A menudo se sientan fuera de ella).

El hombre está poco tiempo dentro de la casa.

5.3 TRABAJO:

5.3.1 Todos los tarahumaras trabajan: niños (cuidar ganado, traer leña), hombres (campo, animales) y mujeres (artesanía, ropa, casa).

5.3.2 Su actividad principal es el trabajo agrícola (maíz) y pastoreo (chivas).

5.3.3 Gran parte de los trabajos (cultivo del maíz, cuidado de las chivas) lo hacen en colaboración, no se paga con dinero sino con tesgüino.

5.3.4 Hay mucha movilidad por cuestiones de trabajo (por ejemplo, en invierno van a las ciudades. También van a trabajar a otras parcelas propias o ajenas).

5.4 ALIMENTACION:

5.4.1 La principal comida es el maíz; luego frijol, papa, calabaza, hierbas y poca carne.

5.4.2 Poco abundante y desbalanceada, faltan proteínas y grasas. Tienen hambre constantemente.

5.5 SALUD E HIGIENE:

5.5.1 Usualmente comen y beben varias personas en el mismo recipiente.

5.5.2 No se bañan seguido.

5.5.3 Grupos numerosos de gentes duermen en un solo cuarto.

5.5.4 Se observaron muchos recipientes sucios.

5.5.5 Contacto muy frecuente con animales.

5.5.6 Tienen mucha resistencia física.

5.5.7 Observamos: enfermedades de los dientes, várices, mortalidad infantil. Cuando se enferman van con el Owirúame, o se automedican. Probablemente se relaciona la alimentación escasa con las enfermedades.

5.6 COSTUMBRES Y TRADICIONES:

5.6.1 Es necesario hacer un estudio antropológico profundo para reunir y estructurar información sobre sus costumbres. Ya hay algu-

nos indicios, como los trabajos de David Brambila sobre la sicolología del tarahumar.

5.7 MUSICA Y RUIDOS:

- 5.7.1 Les gusta mucho la música. Muchos saben tocar algún instrumento (violín, acordeón, guitarra).
- 5.7.2 Casi toda su música es para las danzas, por lo tanto, tienen cierto sentido religioso.
- 5.7.3 Ritmos y melodías muy repetitivos. (Confer. las músicas y canciones que ha recopilado y grabado el P. David Brambila).
- 5.7.4 Los ruidos más comunes son los naturales (río, aire, rayo, tormenta, etc). También algunos producidos por el hombre (cuerno, matachines, campanas, etc.).

5.8 AGLUTINAMIENTO

- 5.8.1 Algunas formas características de reunión que observamos son: tesgüinadas, carreras de bola (casi puros hombres), carreras de aro (casi puras mujeres), junta con el siríame los domingos y eventualmente reuniones con los comisarios ejidales, para tratar algunos asuntos políticos.
- 5.8.2 Fiestas de carácter religioso: Navidad, Semana Santa, Santo Patrón del lugar.
- 5.8.3 Por lo general la familia permanece reunida.

5.9 HORARIOS

- 5.9.1 El tarahumar no es esclavo del tiempo. Se rige por el ciclo agrícola y lunar para saber qué día es domingo y cuál es la fecha de la Semana Santa.
- 5.9.2 Durante el día trabaja y descansa según la salida y puesta del sol.
- 5.9.3 La gran mayoría de los hombres se encuentran en su casa muy temprano y después de volver del trabajo. Las mujeres por lo general, están en la casa la mayor parte del día.

5.10 ACTITUDES DEL TARAHUMAR HACIA SI MISMO

- 5.10.1 El tarahumar está orgulloso de serlo. Tiene un alto grado de identificación con su propia cultura.
- 5.10.2 Existe bastante aprecio por el hermano de raza, al cual indefectiblemente se ayuda cuando lo necesita.
- 5.10.3 Dentro de su comunidad, el tarahumar se nota seguro de él mismo; su conducta cambia cuando se encuentra en medio de blancos, entonces se torna tímido y un tanto inseguro.

5.11 ACTITUD DEL TARAHUMAR HACIA LA MISIÓN

- 5.11.1 El tarahumar siente respeto y aceptación hacia la Misión. Es difícil distinguir las razones de este respeto y aceptación. Están implicados factores que van desde la tradición, las personas que representan a la Misión, la ayuda material, etc., hasta la predicación del Mensaje mismo.
- 5.11.2 Recibe gustoso la ayuda que la Misión le proporciona. Siente incluso confianza para solicitarla cuando en su comunidad no existe.
- 5.11.3 Notamos una cierta independencia con respecto a la Misión para llevar a cabo los aspectos mágicos que tiene su religión. Los celebra sin tener en cuenta la opinión de los padres. Para los demás aspectos de su vida, en cambio, la toma bastante en cuenta.

5.12 ACTITUDES DEL TARAHUMAR HACIA LA CULTURA BLANCA:

- 5.12.1 En general, las actitudes del tarahumar hacia la cultura blanca, van desde la posición de simple observación, hasta la de franco rechazo.
- 5.12.2 La aceptación es casi nula. Cuando mucho se aceptan a elementos aislados de la “civilización” blanca (objetos como el radio o el jabón) pero nunca, o casi nunca, valores de esta misma cultura.
- 5.12.3 Tratándose de personas, a los “chabochis” de la sierra, los rechaza en su gran mayoría. A los de las ciudades los utiliza como un medio de obtener córima, son raras las relaciones profundas

con los blancos; tal actitud es explicable si se toma en cuenta las diversas formas de explotación que ha sufrido el tarahumar por parte del chabochi.

5.13 ACTITUDES DEL TARAHUMAR HACIA SUS COSTUMBRES TRADICIONALES:

5.13.1 La actitud, en general, del tarahumar hacia sus costumbres tradicionales, es de aceptación plena.

5.13.2 Hay poca inquietud por cambiar lo tradicional; tiene un carácter intocable, casi sagrado.

5.13.3 En ocasiones, parece que se centra más en las formas que en los significados de sus costumbres.

5.14 ACTITUDES DEL TARAHUMAR HACIA LAS TECNICAS MODERNAS:

5.14.1 Previo a las actitudes, hacia las técnicas modernas, está su desconocimiento general. No sabe, por ejemplo, que para producir fuerza motriz se puede utilizar una planta eléctrica.

5.14.2 Cuando las conoce no las toma en cuenta. Las ve demasiado lejos de sus alcances económicos o no las imagina “aquí y ahora” en su comunidad.

5.14.3 El uso de ellas es muy limitado y se reduce casi siempre a las más simples, casi meramente manuales (herramientas, por ejemplo).

5.15 CONCIENCIA HISTORICA:

5.15.1 En general no existe conciencia histórica en el tarahumar, y cuando la hay, es en sentido de anécdota, pero no de trascendencia. Presente, pasado y futuro no se relacionan causalmente. “El tarahumar es lo que va haciendo durante el día”.

5.15.2 Paralela a la falta de conciencia histórica, hay falta de conciencia geográfica amplia. La que tiene abarca solamente la sierra, o cuando mucho el estado de Chihuahua.

6.1 OBSERVACIONES EN LAS COMUNIDADES:

BAWICHIKI

1. Hay gran rapidez en el lenguaje. Aparentemente les gusta la rima. El silencio se interpreta como un rechazo a hablar con el blanco.
2. El lenguaje suena muy dulce, sobre todo cuando hablan las mujeres. La cara casi no cambia de expresión cuando está enojado o contento. Los tarahumares suelen reír y sonreír mucho. Las manos casi nunca las mueven al hablar ni cuando espantan a algún animal. No gritan al llamar a otra persona. Fuera de las tesgüinadas las mujeres guardan silencio y un gesto de pena ante los hombres. Repiten las últimas palabras del interlocutor chabochi. El silencio se da a cada momento de su vida. Lo mismo es cuando están en casa con la familia que en una carrera o una tesgüinada. Pueden observar a una persona por mucho tiempo y no cruzar palabra con ella.

PANALACHI

1. Casi no hacen gestos al hablar. Mantienen su vista baja al platicar. Indican con un movimiento de la cara y no con la mano la dirección de algún lugar. No alzan la mano para decir adiós ni estrechan la mano al saludar. A manera de acariciar, las mujeres soban continuamente las cabezas de sus hijos.
2. Hay rapidez en el lenguaje e inexpresibilidad en su cara. No denotan sus emociones. La risa la usan como evasión a dar una respuesta.

TEWERICHI

1. Los tarahumares sonríen mucho. Repiten a manera de afirmación. Mantienen las manos atrás al hablar. No se arrebantan las palabras.
2. El silencio es muy importante, porque lo practican mucho. Partiendo del supuesto que están pensando, es muy positivo.

Indica que suelen aislarse del mundo y que su pensamiento está sujeto a valores dentro de ellos mismos.

WEWACHERARE

1.

X

X

2. Al estar bebiendo tesgüino los tarahumares se muestran muy platicadores, abiertos y escuchan con gusto y atención lo que el extraño les cuenta.

6.2 II. ANALISIS DEL LENGUAJE TARAHAMAR COMO FORMA DE COMUNICACION

(Según Alberto Montoya).

6.2.1 Es una herencia cultural de sus antepasados. Ha evolucionado? De qué manera? Está en proceso de fusión con el español?

6.2.2 El lenguaje condiciona su pensamiento: “no de raciocinio, ni de abstractos, sino con un sentido de lo preciso, del detalle”, porque su lengua es de expresiones pintorescas y simbólicas, de frases breves, sencillas, precisas, concretas, imágenes vivas”.

(David Brambila, S.J.). Observé en el discurso de un Siríame, que la construcción lógica del lenguaje está más en la estructura interna de las palabras, que en su estructura gramatical, sintáctica o en todo caso al hablar no hacen pausas.

6.2.3 Reiterativo de la misma idea.

6.2.4 Muy enfático: Voy a comer, ¡come ya!

6.2.5 “La cultura está sustentada en su oralidad”; por eso son tan importantes el Siríame y el Sucurúame; pues saben hablar, con los hombres y con las fuerzas espirituales.

6.2.6 Su oralidad limita la extensión de su conocimiento, pues carecen del instrumento de la escritura que facilita este proceso.

6.2.7 Tiene gran coherencia y armonía externa. Aunque es diferente al español. Es indispensable entender esto en profundidad.

6.2.8 Se refiere frecuentemente al medio físico que lo rodea, lo que se nos escapa a nosotros pues desconocemos la forma y cualidades de los objetos de la Sierra.

6.2.9 Es el instrumento fundamental de la transmisión cultural. Les da la posibilidad de nombrar, juzgar y saborear el mundo físico, el mundo humano (pláticas), el mundo intangible (sucesos espirituales, sucesos pasados).

HIPOTESIS:

6.2.10 Su conciencia histórica, su percepción del tiempo y su estructura lingüística-pensamiento, son cílicas, ligados a los procesos astronómicos y naturales, parece que no tienen prisa. Me dio la impresión de que no les interesa dotar a sus acciones futuras de un sentido consecuente. Es decir, dificultad para comprender el ayer, reconocer el hoy y descubrir el mañana. Dificultad que convierte al tarahumar en un ser de adaptación y no en un ser de transformación.

6.2.11 Parece que las leyendas (tradición oral) los relacionan con un pasado bastante remoto y lleno de imaginación. No es acaso lo que hablan "los viejos" su conciencia histórica, tal como lo expresan los maestros en el curso de Freire? Esto no significa que nosotros sí tengamos conciencia histórica simplemente que esa parece ser la suya.

6.2.12 Es demasiado respetuoso del silencio. Tal vez muchas veces resultan inútiles las palabras pues con silencio comunica la experiencia anterior.

6.3 RITOS CEREMONIALES COMO FORMA DE COMUNICACION CON DIOS Y LAS FUERZAS ESPIRITUALES:

6.3.1 Dios. Fuerzas Espirituales.

1.1 **Jícuri:** "Ceremonia impregnada de respeto religioso". (Ropiri). Gran veneración y reverencia a la planta. Mucho respeto, según Aparicio Zaragoza "Porque es muy malo. Luego enloquece al que odio. Nomás el indio lo come con tantito batari y luego como vuelto loco con mucho dolor a la cabeza; con el que

está enojado, luego lo enloquece; pero hecho tortilla, el jícuri no da dolor". Su ceremonia no acompaña con danzas. Sólo el sucurúame puede manejarlo. "El sipáame es el tarahumar más grande de la tribu" (Profesor Prado). El sukiki o piedra del jícuri ("pedernal blanco, medio ovalado, con hocico. Tiene labios como nosotros, rojos, muy rojos con sus labios y el vientre parecido al de un pollo y la cola curva, como gancho") ("Es piedra, pero voladora". "Es una piedra, pero viva". Son del sipáame. "Muy mala: mata a los rarámuris". Hay muchas por todas estas regiones los antiguos los trajeron").

Atribuyen al peyote y a su piedra, poder espiritual.

"Consideran al peyote como cosa sagrada, y las alucinaciones que dicen que les produce al tomarlo, las toman como mandatos divinos, que, de no cumplirse redundan en grandes males para personas e intereses. (Profesor Prado). "El año 27, siendo comisario de policía, de Bakéachi, me invitaron los indios de ese pueblo a una fiesta, y el sipáame Reyes Chupeachi, les manifestó que aquella fiesta se celebraba aquel año para pedirle a Dios que retirase la fiebre de la tosferina y otras enfermedades, que, como él era el encargado de velar por las almas, al tomar el peyote, le diría a Dios que lo ayudase". (Prof. Luis Prado).

"Le tienen tanto miedo al peyote, que es eficiente dejar en la puerta de su casa una bola de peyote, para que ésta quede bien guardada, y no hay quienes se atrevan a entrar, y menos tocar nada de lo que está cerca, porque se muere sin remedio". (Prof. Luis Prado).

6.3.2 Sucurúame - Owirúame: El Sucurúame es el hechicero a quien acuden cuando desean mal a alguien. El Owirúame, conoce plantas medicinales y deshace los males ocasionados por el Sucurúame. Tal parece que hay una concepción dualista del universo: Fuerzas buenas y fuerzas malas. Muy relacionado a las enfermedades. El hechicero manda hacer los sacrificios, para conjurar peligros. (El hechicero lo envía a que lo mate a uno). El Suki o piedra del Jícuri, es muy temida por los rarámuri.

6.3.3. 1.3 Danzas: Contenido religioso (No tenemos información).

6.3.4 1.4 Música y colores en las danzas. " "

6.3.5 Investigar: La comunicación con los blancos en el trabajo, (aserradero, agricultura, municipios y ciudades).
Encontrar los niveles de interdependencia comunicativa.

6.4 PROBLEMAS Y CUESTIONES PARA INVESTIGAR:

El uso del radio en la sierra con fines educativos, plantea serios problemas y cuestiones para investigar más profundo: En primer lugar, una teoría de la comunicación para la Tarahumara, que tal vez deba alejarse totalmente de los esquemas anglosajones mecanicistas (fuente-canal-guion-receptor), para tratar de invertir los términos, de manera que el receptor sea la fuente misma. Que su palabra la diga a través del radio. Cómo se puede hacer?

En segundo lugar la tarea de codificar la realidad a través de imágenes auditivas (radio), lo cual nos introduce en el estudio de la semántica del lenguaje tarahumara, de la construcción del idioma, y del pensamiento.

En tercero, la utilización de métodos pedagógicos propios de medio, y que se derivan de su naturaleza de imagen auditiva. Teniendo en cuenta, desde luego, que lo fundamentalmente importante está en que el radio sea un vehículo por el que el tarahumara pueda decir su palabra, un medio por el que exprese su pensamiento, acciones y sueños: en una palabra, su realidad.

De otra manera, la indoctrinación nos llevaría a la invasión cultural más absurda.

Esto pensamos que debe ser el punto de partida, lo que suceda en el futuro lo condicionará la praxis (nuestro estudio del medio, la experimentación consecuente de ese estudio, la revalorización, la experimentación nuevamente,...).

Además, estos contenidos del receptor, transmitidos por la fuente, no pueden quedar dentro de los esquemas escolarizados urbanos o rurales de otras regiones. Para ello sería valiosa la colaboración de varios investigadores que formaran un equipo interdisciplinario (antropólogo, psicólogo, sociólogo, pedagogo), etc., dedicado a las tareas de presentar la codificación de los tarahumares, de una manera coherente con ella misma, adaptando al medio radiofónico y guardando las experiencias primeras, que permitirán una mayor precisión metodológica y profundidad en los planteamientos futuros.

Ahora, esto nos presenta el problema del personal capacitado para tal tarea, y que limita las posibilidades reales de acción, pues las Escuelas Radiofónicas han de formar tal equipo y organizar el proceso, y sus recursos económicos y humanos son limitados.

6.5 PROBLEMAS DE COMUNICACION. (Según María A. Rebeil).

- 6.5.1 Siendo la sintonización interna la base de la verdadera comunicación entre dos personas o más, es sumamente difícil lograr la comprensión entre un tarahumaro y un blanco.
- 6.5.2 Cualquier intento de entablar comunicación con los tarahumares lleva consigo el peligro de ser un diálogo meramente superficial. La vida íntima del tarahumaro y la del chabochi son parte de dos realidades diferentes. Se puede “creer” que ya hubo una comunicación profunda cuando en realidad únicamente se han hecho contactos tangenciales.
- 6.5.3 El gesto “seco”, “indiferente y sombrío”, del tarahumaro, no es interpretado en ellos como sería este mismo gesto en un chabochi. Se tiene el concepto de que el indio es triste, y no es así. “Es temperalmente alegre, con una alegría deliciosamente matizada de ingenuidad de niño” (Ropiri).
- 6.5.4 No concibe abstractos. Tiene un gran sentido de lo preciso y del detalle y una inclinación a las actuaciones pintorescas y simbólicas. Por lo tanto, el lenguaje que se debe usar con ellos, debe estar formado de frases cortas.
- 6.5.5 Un estímulo debe bajar hasta el fondo del sistema nervioso para provocar una respuesta. El tarahumaro es un tipo de persona que da respuestas lentas. Tardan mucho en querer dar una respuesta y aún más, en actuar.
- 6.5.6 Las impaciencias en un tarahumaro son contraproducentes porque retraerán, y muchas veces inhibirán totalmente una respuesta y por consiguiente, la acción.
- 6.5.7 El trato sencillo, paciente, y suave, siempre estimulará una respuesta, y ésta será mejor y más rápida.

6.5.8 Para la redacción de guiones, es bueno tomar en cuenta que suele surtir más efecto un estímulo que sea a manera de una sugerencia semi-impersonal o una insinuación suave. Un razonamiento ofusca al tarahumar.

6.5.9 El tarahumar se siente extraño y solo, aún cuando se encuentra rodeado de blancos. Su mundo racial es un mundo diferente al chabochi. Aunque suspire por lo que tienen los blancos, se “encastilla en sus costumbres y en la filosofía de su raza”. (De Brambila).

Esto me dice que no se comunica al tú por tú con el chabochi, porque se siente aislado (se debe investigar más a fondo por qué); puede ser que sea su defensa en contra del mundo hostil del chabochi, o que posea un complejo de inferioridad que impulsa a la elevación personal de la dignidad propia.

6.5.10 El contenido de los simbolismos, es distinto en el tarahumar. Un chabochi puede detectar cierto paganismo en un ritual religioso en donde no lo hay. Por ej: la diferencia de significados que tiene la danza para un tarahumar y un chabochi.

6.5.11 **Disonancia cognoscitiva:** La afectividad del tarahumar es interna, casi nunca la muestra; “gobierna sus reacciones casi con tiranía” (D. Brambila).

6.5.12 Los tarahumares no responden a ningún estímulo en el que ellos denotan cualquier signo de desprecio, mucho menos de ofensa.

6.5.13 Su respuesta rara vez es violenta cuando se le ofende; más bien se retira.

6.5.14 Por su sensibilidad afectiva, los tarahumares se hieren entre sí muy seguido.

6.5.15 Muchas veces manifiestan lo contrario de lo que sienten; “su capacidad de manifestarse parece ir en razón inversa de la intensidad de sus sentimientos”. (D. Brambila).

6.5.16 Comunicarse con un tarahumar, implica un sentir con ellos. A veces nos reímos de lo que para ellos es muy serio, su tradición, su modo de adorar, su manera de querer.

6.5.17 Tienen una gran capacidad de intuir los sentimientos ajenos. Se debe cuidar, por lo tanto, el sentimiento que hay detrás de la comunicación.

Sacado de la **Psicología del Tarahumar**, de David Brambila.

6.5.18 Desde hace muchos años se vienen comunicando las mismas historias entre ellos. Para entenderlas, es necesario tomarlas dentro de su contexto histórico.

6.5.19 Estas historias se han comunicado oralmente.

6.5.20 Me da la impresión que tratan de ocultar lo que en realidad son.

6.5.21 Por lo que estuvimos investigando, no se sabe qué origen tiene el lenguaje tarahumar, dónde empezó, ni de qué lenguas se influyó.

6.5.22 Los tarahumares comunican mucho con los movimientos de su cuerpo. (por ej. las danzas comunican una alabanza, un hablarle a Dios).

6.5.23 La manera de expresarse en su lenguaje es simbólico. Son símbolos influenciados por las viejas costumbres. Este simbolismo también se refleja en sus actos. No se pueden tomar muchas palabras, expresiones o actos en su contexto, sino como símbolos de algo mucho más profundo que ellos quieran comunicar.

6.5.24 Pueden controlar sus reacciones y gestos exteriores, pero no el orgullo que llevan dentro. Se sienten a disgusto cuando cometan errores y son reprimidos.

6.5.25 Comunicación con Dios: El peyote es sagrado y las alucinaciones que éste les causa las toman como mandatos sagrados que deben cumplir bajo pena de castigo.

6.5.26 Interpretan la comunicación que Dios tiene para ellos por medio de signos externos como son las lluvias. Otros signos del mandato de Dios son imaginados por ellos; (que un pino dio dos elotes y tres calabazas). Cuando estas cosas extraordinarias suceden, ellos lo interpretan como que Dios está enojado con ellos. Le responden dándole a comer carne.

**6.6 PROPOSITOS Y CONDUCTAS DE COMUNICACION
DEL TARAHUMAR.
BAWICHIKI:**

2. Para reentablar relaciones con personas que ya se conocen. Por cortesía: Siempre atienden al visitante. Por quererse hacer notar.

OJACHICHI:

2. Se comunican para pedir, para comprar o intercambiar; se comunican por conveniencia, por satisfacer una curiosidad o por satisfacer una necesidad. Los temas de radio pueden satisfacer estas necesidades de comunicación sobre todo empezar por satisfacer la de curiosidad. El radio, asimismo, debe despertar el interés por la comunicación que satisfaga las necesidades de conocer, de crear, de hacer nuevas amistades, etc. Entre ellos también se comunican para decirse como se van a ayudar en sus trabajos y qué instrumentos se van a prestar. Familiarmente para decirse cómo van a cuidar sus animales y sus siembras. Oficialmente se comunican que son tarahumares y que sus antepasados hacían lo mismo que ellos y que igualmente eran hijos de Dios. Entre las mujeres se comunican para salir de la soledad en las tardes que ya no tienen mucho que hacer. Platican del hogar, el marido y los niños.

PANALACHI:

2. Les interesa lo que sucede alrededor. Trabajan en silencio, comunicándose únicamente cuando necesitan algo. El silencio produce armonía en ellos. Sería muy bueno ampliar su campo de comunicación.

TEWERICHI:

2. Hay muy pocos propósitos de conducta. Muchas veces la comunicación es casual como en encuentros o visitas. A veces es con un propósito como cuando los capitanes van a invitar a las juntas o carreras o a las tesgüinadas. Hay en principio una disponibilidad hacia la comunicación que hay que explotar.

WEWACHERARE:

2. Se comunican para pedir.

6.7 FORMAS DE COMUNICACION PARA INVESTIGAR: (signos cargados de contenido semántico, las fases de comunicar una experiencia interna).

6.7.1 Razones que encontraron los psiquiatras para la comunicación. (Investigación documental).

- a) Necesidad de expresarse, (emociones, tensiones, etc.).
- b) Necesidad de hacer sonido, (por ej: cuando se tiene miedo).
- c) Necesidad del contacto, (compañía).
- d) Necesidad de comunicarse (informar, afirmar, etc.).
- e) Necesidad de crear (formular ideas).
- f) Necesidad de confrontar el mundo (tomarlo como enemigo y enfrentarse a él con las palabras).
- g) Necesidad de ser (convicción de la propia existencia).
- h) Necesidad de controlar (dominar a los demás hombres).
- i) Necesidad de ser dominado (ser sujetos de lástima, etc.).
- j) Necesidad de ser centro de atracción de los demás.
- k) Necesidad de deseo sexual.
- l) Necesidad de la palabra como defensa (como en el caso de la necesidad de mentir para protegerse contra la vergüenza).
- m) Necesidad de confesarse.
- n) Necesidad de negarse a comunicar (como en el caso de los tartamudos).

6.7.2 Ritos ceremoniales (religiosos):

SIGNOS	=	SIGNIFICADOS
Jícuri	=	Dios
Sucurúame	=	Fuerza espiritual
Sacrificio	=	Dios
(Como en las ofrendas de la primera cosecha)		
Danzas	=	Dios

6.7.3 Trabajo: Aprendizaje de la tecnología, forma de trabajar, forma de hacer los instrumentos.

6.7.4 Gestos, actitudes corporales, silencio.

6.9 QUE NOTICIAS LES INTERESAN MAS:

6.9.1 En orden decreciente, las noticias que les interesan son:

Por zonas:

- * Las de su propia comunidad.
- * Las de comunidades cercanas.
- * Las relacionadas con la ciudad de Chihuahua.
- * Las relacionadas con la Sierra en general.
- * El resto del país les interesa en muy bajo grado.

Por temas (Sin establecer jerarquías):

- * Trabajo (Posibilidad de conseguirlo en...)
- * Asuntos agrícolas y ejidales.
- * Estado del tiempo.
- * Deportivas.
- * Sociales.
- * Religiosas.
- * Políticas.

6.10 LIDERES DE OPINION:

6.10.1 Son líderes de opinión entre los tarahumares:

- * Los siríames.
- * Los comisarios ejidales.
- * Los maestros.
- * Los ancianos.
- * Eventualmente, algún blanco (Carmelita González, Crescencio Ortiz).

6.10.2 El conocimiento y la facilidad de expresión verbal son las bases para que una persona sea considerada líder de opinión entre los tarahumares.

6.10.3 Características de un líder de opinión tarahumar: elocuencia, conocimiento, seguridad de sí mismo, inteligencia práctica, capacidad de observación, posición económica por encima del término medio, edad arriba de 30 años.

7. DISEÑO

7.1 RETROALIMENTACION:

7.2 PARTICIPACION DEL RECEPTOR EN LAS TRANSMISIONES:

7.2.1 Los líderes de opinión pueden tratar, desde la fuente, problemas que afectan a las comunidades en general.

7.2.2 Las personas que tocan algún instrumento pueden ir a la central a interpretar su música.

7.2.3 Las reuniones de cualquier tipo que tengan un interés comunitario, pueden grabarse y luego editarse en forma interesante para ser transmitidas.

7.2.4 Los sermones de los sirfámes pueden grabarse en las comunidades, y luego transmitirse por turno desde la central.

7.2.5 Se puede invitar a los receptores a que “le cuenten” a la central sus experiencias liberadoras más interesantes. Con este material, podría hacerse una serie de dramatizaciones.

7.2.6 La central puede ofrecer un servicio de “correo del aire” por medio del cual los receptores pueden enviar mensajes de una comunidad a otra (este servicio es muy apreciado en el radio comercial de la Sierra).

7.3 PARTICIPACION DE LOS ALUMNOS DE LAS ESCUELAS FORMALES (ESCUELAS NIÑOS) EN LAS TRANSMISIONES:

7.3.1 Por turnos, los niños de las diferentes escuelas pueden hacer una especie de narración de lo que han aprendido durante un período “X” de tiempo, a la vez, pueden interpretar canciones, hacer algún juego, etc. Ese día, ellos “darían la clase” a las demás escuelas.

7.3.2 Cada determinado tiempo puede pasarse una especie de “periódico escolar del aire”, en el que se incluyan pensamientos y actividades relevantes de todas las escuelas.

7.4 MANERAS DE HACER ACEPTABLE EL RADIO ENTRE LOS TARAHUMARES:

7.4.1 Prácticamente casi nadie posee radio, aunque desearían tenerlo y escucharlo. Los tarahumares dicen aceptarlo y gustarlo.

7.4.2 Podría utilizarse la música como elemento de introducción y luego, poco a poco, pasar programas con temas de interés para ellos y surgidos de sus propias comunidades.

7.4.3 Algunas proposiciones:

- * Campaña de distribución del aparato según el auditorio elegido.
- * Que los temas sean de su interés y transmitidos en lengua tarahumar.
- * Que el horario sea adecuado a sus actividades.
- * Que sea elemento de cohesión entre las comunidades.

7.5 PROMEDIO DE RADIOS POR COMUNIDAD:

7.5.1 La distribución de los radios en las comunidades, depende de varios factores:

- * Quién es nuestro receptor, alumnos? adultos? maestro?
- * Facilidades técnicas que hay en la comunidad para el manejo y mantenimiento del radio.
- * La manera como se reúnan los receptores: por familia, por lugares de trabajo, en radio clubs, en escuelas, etc.
- * El costo del aparato mismo. (No vemos de ningún modo conveniente regalarles los radios, por el menor aprecio que se tendría de ellos).

7.5.2 A corto plazo, la solución del problema podría ser en diferentes horarios de transmisión para los niños y los adultos.

A largo plazo, lo más conveniente sería tener dos transmisores, uno para el sistema de adultos y otro para el de niños.

7.6 BILINGUISMO:

7.6.1 Conveniencias de transmitir en tarahumar: el radio se codificaría más con los tarahumaras, los movería a escucharlo porque se-

ría de “ellos”, les hablaría en su idioma; sería una forma de comunicación propia de su cultura.

7.6.2 Conveniencia de transmitir en español: no haríamos del tarahumar una isla de incomunicación. Muchos tienen la necesidad sentida, de aprender castellano, para que el tarahumar se sepa defender de los blancos.

7.6.3 Transmisión bilingüe:

- Parece que no es conveniente para los niños, porque aprenden mucho más rápido en un solo idioma.
- Las transmisiones para las mujeres deberían ser en su porcentaje en tarahumar, ya que son ellas quienes hablan menos español.
- Los programas cuyos temas tratan su propia realidad deberían ser en tarahumar.
- La programación de adultos, creemos que debe ser bilingüe por las razones anteriormente anotadas.

7.7 QUE SE PUEDE HACER POR LOS NIÑOS:

7.7.1 Por diversas causas desatendimos este punto, de tal manera que no tenemos actualmente, nada significante que hacer constar.

7.7.2 Dada la decisión aprobada por la dirección de las Escuelas Radiofónicas de mantener las escuelas para niños, consideramos de suma importancia hacer una nueva investigación en el aspecto radio destinada especialmente para los niños.

8. OTROS ASPECTOS

8.1 DATOS SOBRE EL SISTEMA DE RADIO DEL INGENIERO:

8.1.1 Durante la investigación, no pudimos tener contacto con el Ing. Caballero, y por lo tanto desconocemos sus aportaciones.

8.2 FACILIDADES DE TRANSPORTE ENTRE LAS COMUNIDADES Y LA FUENTE:

Bawichiki: Hay dos jeeps y una camioneta. Accesible por medio del avión. El transporte es fácil, pero costoso. Hay que ir en avión de Sisoguichi a Norogachi, de ahí en jeep a Bawichiki.

Ojachichi: No hay campo de aterrizaje. Hay brecha para el jeep. A pie se llega en tres horas a Siwisiriachi. Son tres en camión de carga de Sisoguichi a Siwisiriachi. Hay camino hasta Ojachichi yéndose por el aserradero de Baquiréachi. Desde Siwisiriachi hay posibilidad de que hagan camino para sacar madera y pueda entrar un jeep hasta Ojachichi.

Panalachi: Hay campo de aterrizaje. Hay camino desde Sisoguichi. En tiempo de lluvias se quedan fácilmente atascados los camiones de carga. En Panalachi hay como seis camiones de carga. De aquí a la fuente se puede llegar con facilidad en avioneta, camioneta, burro o a pie. Del centro de Panalachi a las diferentes rancherías se llega generalmente a pie o se puede hacer un tramo en carro.

Tewerichi: Hay posibilidad de que se haga una carretera de Tewerichi a Parral. Está por terminarse la carretera de Panalachi a Tewerichi. Actualmente se hacen 4 horas a pie de Panalachi, y medio día desde Sisoguichi.

Wewachérare: Hay brecha de Narárochi y campo de aterrizaje. Por tierra se llega difícilmente, ya que no hay aserradero.

8.3 TENDENCIAS GENERALES DENTRO DE CADA COMUNIDAD:

8.3.1 Por diferentes razones, no pudimos fijar nuestra atención en este aspecto.

8.4 SIMILITUD Y DIFERENCIAS DE PROBLEMAS EDUCATIVOS ENTRE UNA COMUNIDAD Y OTRA.

8.4.1 Tal vez el dato más significativo en este sentido sea el caso de Panalachi, comunidad mixta de tarahumares y blancos, en donde los tarahumares no están dispuestos a acudir a una escuela

que favorece más a los blancos. Incluso algunos de ellos comentaron que no irían al internado que construye allí el gobierno. El lugar de construcción de la escuela es quizá otro factor que influye en la aceptación de los tarahumares. Es, posiblemente, una explicación del fracaso de la escuela radiofónica que funcionó un tiempo en Panalachi, pues quedaba muy lejos de las casas tarahumares.

9. IMPLICACIONES RADIO Y POSIBILIDADES.

9.1 Qué? GUIONES.

Hay que partir del nivel cultural más bajo para la transmisión de radio. El lenguaje debe ser extremadamente sencillo y centrado en su medio.

Los guiones en los que se habla de la vivienda deben tener en cuenta sus características físicas. (No hay piso, ni ventaná, etc.).

No se debe problematizar una situación que no se puede cambiar, (la falta de médicos por ejemplo).

No es papel nuestro valorizar sus costumbres por ellos. El radio sería, idealmente un elemento difusor de la revalorización cultural, pero a las Escuelas Radiofónicas no les corresponde valorizar por los tarahumares. Al hablar de los valores del tarahumar y del blanco, más que utilizar las formas que sugieren comparación, hay que utilizar las que sugieren complementación. Al hablar de costumbres hay que enfatizar más el significado que la forma de dichas costumbres. Además, es necesario situarlas en un lugar "X", ya que no son iguales en todas las comunidades.

La música tarahumar es un medio de comunicación muy importante. Las transmisiones deberían ambientarse con su propia música. Tal vez la música sería un puente de comunicación con la de otras comunidades indígenas. La música clásica o de otra clase podría utilizarse para fines dramáticos.

En el radio surte más efecto una sugerencia semi-impersonal o una insinuación suave, que un mandato o razonamiento confuso: tal es la psicología del tarahumar. Es conveniente crear un personaje con las características de un líder de opinión tarahumar y poner en su voz los mensajes de mayor importancia.

El radio debe tener en cuenta otras formas comunicativas dotadas con significaciones muy profundas, para la redacción de los guiones. (Por ejem. Jícuri, Sucurúame, etc.). Es necesario investigar más ampliamente sus intereses, para descubrir lo que es noticia para el tarahumar.

9.2 A quién? RECEPTORES POSIBLES:

El tarahumar por su forma de trabajar, no es un receptor estable. El auditorio más importante para temas de salud e higiene, son las mujeres.

El radio como entrenador del maestro podría transmitir un curcillo sobre psicología del tarahumar.

9.3 Cómo? PRESENTACION, INTERPRETACION, BILINGUISMO.

Quizá convendría presentar la imagen de la estación como algo recreativo, sin decir que “es educativo”; porque la radio ya está aceptado como elemento de compañía y diversión.

La interpretación radiofónica debe estar de acuerdo a la forma de hablar de los tarahumares, en cuanto ritmo, tono, velocidad e inflexiones de la voz. El silencio se debe integrar en el estilo de interpretación.

Es el radio el medio de comunicación más apto para usarse en la educación del tarahumar? Habría que complementar con otros medios de comunicación? (audiovisuales, fotos, etc.).

9.4 Dónde? LUGARES DE RECEPCION. AGLUTINAMIENTO:

Si la vivienda consta de un solo cuarto, en donde está toda la familia, el auditorio tendrá varios intereses, edades y sexos. (Podría pensarse en radio familiar?).

Si la vivienda es dispersa, lo más aconsejable es tener un radio por casa.

Dentro de la vivienda hay pocos elementos de distracción. Esto hace esperar concentración en el oyente. El trabajo es una forma importante de aglutinamiento en el tarahumar, por la forma de colaboración en la que se lleva a cabo; sería posible utilizarla para captar auditorio?

Se puede aprovechar que la familia tarahumar vive unida para

lanzar emisiones por radio familiar. (Especialmente en el invierno).

9.5 Cuándo? HORARIO:

Es necesario buscar el horario más apropiado para las transmisiones según las necesidades de cada lugar, de acuerdo al trabajo agrícola, al estado del tiempo y el lugar de recepción.

9.6 Actualmente casi nadie tiene radio, por lo tanto lo primero que tiene que hacerse es facilitar su adquisición; después de haber decidido qué tipo de receptor es más conveniente, lugares de recepción de acuerdo a conveniencias humanas y técnicas y número de aparatos por comunidad.

10. IMPLICACIONES FREIRE Y POSIBILIDADES.

10.1 GENERALIDADES SOBRE VALORIZACION Y REVALORIZACION:

De qué manera condiciona el pensamiento su lenguaje? Limita la extensión de su conocimiento el carecer de escritura para su lenguaje? De qué manera condiciona esto su reflexión? Es necesario que comprendamos la coherencia y armonía interna de la lengua para entender cómo piensa el tarahumar; porque el lenguaje es el instrumento fundamental de la transmisión cultura. Un cambio cultural es seguido por un cambio lingüístico.

Nos podemos plantear la siguiente hipótesis: Su conciencia histórica, su percepción del tiempo y su estructura lingüística-pensamiento, son cíclicas, ligadas a los procesos astronómicos y naturales. Dificultad para comprender el ayer, reconocer el hoy y descubrir el mañana. Influye esto para que el tarahumar sea un ser de adaptación?

No es acaso “lo que hablan los viejos” su conciencia histórica, en el sentido como lo expresaron los maestros auxiliares en el seminario de Freire?

Es necesario investigar, comprender y sentir con ellos la conciencia que tienen los tarahumares de la sociedad en la sierra, en el Estado, en México, su mundo, del tiempo, del espacio, de los hijos, de la educación, de Dios, de las fuerzas naturales, de

las enfermedades, de la muerte, de la vida, de la amistad, de la historia, etc.

Llegar a descubrir lo que es realmente importante para ellos, lo que efectivamente viven respecto a todo lo anterior.

El aprecio que tiene el tarahumar para su cultura proporciona un buen punto de partida para la revalorización de la misma.

Consideramos que para cualquier acción de tipo religioso entre ellos, es necesario tener claramente definida la diferencia entre evangelización y penetración cultural occidental. De otra manera, la influencia de la misión haría que la predicación de la primera trajera como consecuencia la invasión de la segunda. Es necesario preparar al tarahumar para que no sufra una invasión cultural al abrirse las vías de comunicación que se tienen planeadas en la sierra. (Carreteras del Plan Gran Visión).

La tradición del tarahumar es el producto de muchos factores. Para comprenderla es necesario hacer un estudio antropológico a fondo. Intentar introducir cambios sin un previo conocimiento de la realidad total del tarahumar, puede llevarnos a producir crisis profundas en las personas y las comunidades.

10.2 COSTUMBRES.

La mujer tarahumar está limitada socialmente, tiene pena de hablar y ser vista por los hombres. Casi nunca expresa su opinión, no habla con extraños, la mujer guarda silencio.

El tarahumar tarda mucho en dar una respuesta y mucho más en actuar, tenemos que partir de su "prisa". El trato sencillo, paciente y suave, siempre estimulará una respuesta.

Los tarahumaras son muy sensibles a las ofensas y desprecios. Necesitamos conocer lo que él considera como tales.

Muy apegados a sus costumbres.

Un buen número de las costumbres tradicionales del tarahumar, (carrera de bola...) son una ayuda positiva para lograr la cohesión social.

Costumbres respecto a las tradiciones necesitamos reunir y estructurar información.

Parte del Estudio antropológico.

10.3 COMUNICACION TARAHUMARA BLANCO.

Es difícil la comunicación entre un tarahumar y un blanco. Es

peligroso interpretar sus gestos de acuerdo a patrones sabochis. VGR. Decir que el tarahumar es triste por su gesto "seco", "sombrio" e "indiferente".

Necesitamos conocer los significados de sus símbolos para poder comunicarnos en profundidad. El tarahumar muchas veces manifiesta lo contrario de lo que siente.

10.4 CIRCULOS DE CULTURA.

Para los círculos de cultura los coordinadores deben ser bilíngües perfectos. El radio ha de decir su palabra, y su palabra es ante todo palabra tarahumar. Hay dificultad para reunirlos en los círculos de cultura por la dispersión de la vivienda.

Los círculos de cultura creemos que sea difícil hacerlos sobre sus formas de reunión habituales, (testigüinada, carrera, comerrache, etc.). Tendrían que reunirse especialmente para dichos círculos, en el caso de que quieran hacerse como se han hecho en otros lugares.

Los líderes de la comunidad, el Siríame y el Sucurúame, son muy importantes, porque saben hablar con los hombres y con las fuerzas espirituales.

Los líderes de opinión son las personas más indicadas para convocar a los círculos de cultura, (no es conveniente que los líderes de opinión participen al mismo nivel que todos. Su opinión absorbería las otras restándoles valor, o de menos opacándolas).

La penetración del radio será más fácil si se utiliza al máximo el liderazgo potencial del maestro, para esto hay que hacer del maestro un líder real, a través de un entrenamiento bien planeado (Que también podría emplearse a las demás categorías de líderes, con vistas a que el radio sea aceptado a través de su opinión).

La noticia: conocimiento de lo que otros dicen y hacen es una de las bases para fomentar la cohesión social, ya que la comunicación nace, en gran parte, del mutuo conocimiento.

El trabajo es uno de los núcleos de acción y reflexión más importantes.

Probablemente la vivienda sea otro tema generador. Qué conciencia tiene de su alimentación? Cuál de las enfermedades?... Posibles temas.

10.5 ALFABETIZACION.

Una vez que se haya visto con claridad la conveniencia, y se haya decidido hacer la alfabetización, ésta podría hacerse a través de los documentos que les interesa conocer. VRG. derecho agrario.

Podría hacerse un texto de lectura en castellano, traducirlo al tarahumar, y volverlo a traducir al español, para que lleve en lo posible, la estructura lingüística y de pensamiento tarahumar. Seguramente sería bien recibido cualquier material de lectura que se les proporcione, si habla de cosas importantes para el tarahumar. Nunca se le olvidará. En la alfabetización podrían tomar conciencia del valor cultural de su lengua tarahumar y no se acomplejen por ello ni se sientan inferiores a quienes hablan y escriben castilla.

ANALISIS DE CONTENIDO DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS EN LA TELEVISION

**Coordinación y Asesoramiento:
Lcda. Cristina de Lucero, Lcdo. Jorge E. López M.**

**Alumnos: Rosa A. Quintar de Borto, Mónica B. Gil de López,
Lidia B. Rodríguez, Miriam A. Moreno y Nélida N. Becerra.**

**Universidad Nacional de San Juan, Argentina,
Departamento de Ciencias de la Comunicación.**

El análisis de contenido de los mensajes publicitarios titulados: Kansas, Mac Gregor, Luky Strike, Gaspar, Lux, difundidos a través de LV 82 Canal 8 de Televisión de San Juan, se lo ha realizado mediante un modelo de "Unidad Estructural" en el que se hallan los elementos semánticos mínimos para el análisis del caso en cuestión.

Conforme al esquema de la Unidad Estructural se opera de la siguiente forma: 1) La descripción del aviso. 2) Se

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.

ñalamiento de las características técnicas, que incluye la materia significante y la infraestructura material. 3) Expli- cación de las operaciones mediante las cuales es posible es- tablecer el contenido del universo que se pretende analizar. Dentro de las operaciones existe la contextualización que permite ver la realidad más amplia; la temporalización o sea la referencia directa o indirecta de una secuencia de he- chos; la clasificación, a fin de caracterizar un hecho como miembro de una clase; la descripción, en donde se hace una enumeración de los aspectos concretos del hecho central; la circunstancialización para presentar los hechos que ante- ceden a la situación central y finalmente la explicación, o sea la mención explícita de causas. 4) Análisis de las unida- des estructurales: autor, función, calidad, aspecto y nega- ción y series visuales no lingüísticas.

I N T R O D U C C I O N

El crecimiento cuantitativo y cualitativo de los medios de comunicación de masas, la comunicación en gran escala, la legítima necesidad del mayor consumo a medida que el hombre se desarrolla culturalmente y, la invasión de la publicidad, resultan sin duda, los hechos que mejor caracterizan a las sociedades modernas. En el campo del saber y la investigación, estos hechos han creado, la necesidad de una comprensión acabada de las lenguas y los lenguajes, y por lo tanto, han dado una vasta generalización de la Teoría de la Comunicación y de la Lingüística Estructural.

Un fenómeno, que nos inquietaba antes de iniciar esta investigación, era el modo o la forma de consumir, (masificado), de nuestra sociedad.

Nos propusimos averiguar de qué manera la publicidad motiva al público consumidor, para que éste, adquiera los productos que se promocionan. Por esta razón tuvimos que hacer hincapié en las distintas apelaciones que contienen los avisos de publicidad.

Nuestro trabajo se refiere al análisis de contenido de avisos publicitarios emitidos por medios de comunicación colectiva.

El medio elegido, es la televisión, que al afectar dos órganos sensoriales (vista y oído) fundamentales para la captación de un mensaje, nos proporciona mejores posibilidades para el análisis que nos proponemos.

En el desarrollo de este trabajo, se explica ampliamente, la metodología consultada, y el por qué de su adaptación. Cabe destacar que nuestro estudio se limitará a analizar el contenido de los avisos publicitarios, en cuanto esto se refiere a una tarea de combinación y selección, cuyo fin, es lograr determinados efectos en las personas que los descodifican.

Nuestra investigación de laboratorio, tal como se desprende de las conclusiones, nos abre caminos hacia el análisis de los efectos del mensaje, cosa que acá no realizamos porque para ello tendríamos que hacer una investigación de campo.

Esta monografía es el paso previo para el estudio de los efectos que producen los mensajes publicitarios.

PRIMERA PARTE

Capítulo I

CONCEPTUALIZACIONES DIFERENTES

Como la intención de este trabajo es analizar el contenido del mensaje publicitario que emiten los medios de comunicación de masas, comenzamos realizando una indagación en la bibliografía actual.

Esta indagación tiene como objetivo detectar el instrumental teórico con el cual se va a trabajar.

Un análisis de las definiciones, conceptualizaciones y diversas teorías que existen sobre el fenómeno de la comunicación, se complica por las diferentes perspectivas que distintas ciencias adoptan ante el mismo objeto.

Es así que términos como Semiología, Ciencias de la Comunicación, Semiótica, Psicolingüística, etc., son presentados por sus teóricos como verdaderos conocimientos científicos, pero en un análisis detenido de sus conceptos, resulta difícil poder diferenciar exactamente qué campos comprende cada uno de ellos.

Esa es la razón por la que no intentamos inicialmente fijar límites entre las disciplinas, sino establecer sus interconexiones y áreas de trabajo que les preocupa, para determinar finalmente qué conceptos pueden resultar más adecuados para el estudio que realizamos.

Comenzamos la discusión conceptual con la ciencia que hace treinta años Ferdinand de Saussure proponía en su libro "Curso de Lingüística General". Entonces, presentó un proyecto general de la Semiología, expresando que podía concebirse una "ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social", ciencia que sería aparte de la psicología social, y por consiguiente, de la psicología

general. Consideraba que "las leyes que la Semiología descubra, serán aplicadas a la Lingüística, y así ésta estará ligada a un dominio bien definido en el conjunto de los hechos humanos". Es decir, que la Lingüística era una parte de la Semiología.

Por su parte, Eliseo Verón sostiene que si bien la Semiología es una ciencia general de los signos, y la Lingüística resulta ser uno de sus capítulos, la primera es una ciencia autónoma que no depende de las ciencias psicológicas. Concluye en que, "por el momento, Semiología, Semiótica o simplemente Ciencias de la Comunicación pueden ser consideradas expresiones equivalentes".

De su expresión puede derivarse otro concepto contradictorio, si tenemos en cuenta lo que sostiene Charles Morris en su libro "Signos, Lenguaje y Conducta". Según este autor Semiótica es una teoría general de los signos y sus aplicaciones, y la divide en:

Semántica: relación existente entre signo y objeto.

Pragmática: relación que media entre los signos y sus productores y receptores.

Síntaxis: relación entre los signos mismos.

De acuerdo a ello, la pragmática sería una parte de la Semiótica. En cambio Eliseo Verón dice que la pragmática, desde la perspectiva norteamericana, debe concebirse como una especie de suma de disciplinas autónomas que pueden contribuir al estudio de la relación entre los mensajes y los comunicadores.

Cuando Saussure afirma que la Semiología formará parte de la psicología social y en consecuencia, de la psicología general, estaba, seguramente sin saberlo, aludiendo a un campo de la investigación próximo a lo que se denomina actualmente psicolingüística. Osgood y Sebeok entienden a la psicolingüística como la ciencia que se ocupa de los procesos de codificación y descodificación en la medida en que éstos relacionan estados de los mensajes con estados de los comunicadores. En sentido amplio, se ocupa de las relaciones entre los mensajes y las características humanas de los individuos que los seleccionan e interpretan.

Al retomar la discusión entre los campos que le corresponden a la Semiología y a la Ciencia de la Comunicación que, como lo mencionamos anteriormente, Verón equipara, él mismo advierte que, desde el punto de vista de la Lingüística estructural, puede concebirse a la Ciencia de la Comunicación como una disciplina que es "nueva" en un sentido más radical; abre perspectivas que pueden transformar a su vez a las disciplinas tradicionales (Psicología, Sociología, Antropología, etc.); o sea que otorga más importancia a la influencia renovadora del punto de vista de la comunicación sobre las ciencias sociales y a las atribuciones que éstas, en su estado actual, pueden hacer a la investigación del comportamiento lingüístico. Es decir que las Ciencias de la Comunicación agrupan investigaciones orientadas al estudio de los procesos de interacción interpersonal vistos desde la perspectiva de la comunicación.

En realidad, la diferencia de denominación entre Ciencias de la Comunicación y Semiología representa una diferencia de acento entre dos tradiciones: el término Semiología está vinculado, más bien, a la tradición europea, muy estrechamente asociada a los estudios de lingüística estructural e inclinada a la investigación de sistema de signos, concentrada en la sintáctica y la semántica de estos sistemas, sin muchas referencias a la pragmática, es decir, a los procesos concretos de utilización de los mismos por parte de los usuarios. Ciencias de la Comunicación es, en cambio, una expresión usada en los Estados Unidos para indicar procesos de interacción humana. En la tradición anglosajona, se ha utilizado con frecuencia en los últimos años el término Semiótica, que fuera sistemáticamente empleado por Morris.

Al comentar las opiniones de Eliseo Verón con respecto a la Semiología, referimos especialmente su acuerdo con el francés Saussure en considerar a la Lingüística como uno de sus capítulos. Además, si tenemos en cuenta que la Lingüística es la vanguardista en el estudio del lenguaje, resulta necesario detenerse especialmente en la materia que le es propia.

La Lingüística está constituida, en primer lugar por todas las manifestaciones del lenguaje humano, "ya se trate de pueblos salvajes o de naciones civilizadas, de épocas arcaicas clásicas, o de decadencia", teniendo en cuenta en cada período no solamente el lenguaje correcto y el bien hablar, sino todas las formas de expresión. Ade-

más; "la Lingüística deberá tener en cuenta los textos escritos, ya que son los únicos medios que nos permiten conocer los idiomas pretéritos o distantes".

En cuanto al objeto, es difícil determinarlo. Generalmente las ciencias operan con distintos objetos dados de antemano y que se pueden considerar desde diferentes puntos de vista. En la Lingüística en cambio, lejos de preceder el objeto al punto de vista, se diría que es el punto de vista el que crea el objeto, así, al pronunciar una palabra un observador verá en ella un objeto lingüístico concreto, pero si se hace un examen más atento, se verá en esa palabra tres o cuatro cosas perfectamente diferentes, según la manera de considerarlas: como sentido, como expresión de una idea, como correspondencia del latín, etc.

Por otro lado el fenómeno lingüístico presenta, perpetuamente, dos caras que se corresponden; por ejemplo: 1º las sílabas que se articulan son impresiones acústicas percibidas por el oído, pero los sonidos no existirían sin los órganos vocales; 2º el sonido, unidad compleja acústica vocal, forma a su vez, con la idea, una unidad compleja, fisiológica y mental; 3º el lenguaje tiene un lado individual y un lado social; 4º en cada instante, el lenguaje implica a la vez, un sistema establecido, y una evolución; en cada momento es una institución actual y un producto del pasado.

Como vemos, en ninguna parte se ofrece entero el objeto de la Lingüística. Por lo tanto, tomaremos como objeto de la Lingüística, la Lengua, pues ésta es lo único susceptible de definición autónoma, y por ello se la toma como norma de todas las otras manifestaciones del lenguaje.

Por lo expresado, la Lengua es el objeto de la Lingüística; por lo tanto requiere nuestra especial atención.

Según Saussure, Lengua "es un sistema de signos que expresan ideas, y por eso comparable con la escritura, al alfabeto de los sordosmudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, etc. ... Sólo que es el más importante de todos estos sistemas".

La Lengua es una determinada parte del lenguaje, es una totalidad en si y un principio de clasificación. Es un producto social del lenguaje.

El lenguaje, en cambio, es multiforme y heterogéneo; es a la vez físico, fisiológico y psíquico; pertenece tanto al dominio social como al dominio individual.

Bram sintetiza estos conceptos afirmando que es un sistema “estructurado” de símbolos arbitrarios, con cuya ayuda actúan entre sí los miembros de un grupo social”.

Dada su importancia, es preciso marcar los caracteres de la lengua. Pueden enumerarse los siguientes:

1.— Es un objeto bien definido en el conjunto irregular de los hechos del lenguaje. La lengua es la parte social del lenguaje, exterior al individuo que por sí solo no puede crearla ni modificarla; no existe más que en virtud de una especie de contrato establecido entre los miembros de la comunidad. El individuo tiene necesidad de un aprendizaje para conocer su funcionamiento. Un hombre privado del uso de hablar conserva la lengua con tal que comprenda los signos vocales que oye.

2.— La lengua es un sistema de signos en el que sólo es esencial la unión del sentir y de la imagen acústica, y donde las dos partes del signo son igualmente psíquicas.

3.— La lengua es un objeto de naturaleza concreta. Los signos lingüísticos, no por ser esencialmente psíquicos, son abstracciones; las asociaciones ratificadas por el consenso colectivo, cuyo conjunto constituye la lengua, son realidades que tienen su asiento en el cerebro. Los signos de la lengua son tangibles, la escritura puede fijarlos en imágenes convencionales. La imagen acústica se traduce en una imagen visual constante. La lengua es el depósito de las imágenes acústicas; la escritura, la forma tangible de esas imágenes.

SIGNIFICADO Y COMUNICACION

Si tenemos en cuenta que el único componente de la comunicación común a la fuente y al receptor, es el mensaje, parecería que nuestra búsqueda de un sentido para el significado podría comenzar con un análisis del mensaje en sí. Los mensajes son la expresión de

ideas, dadas en determinadas formas mediante el empleo de un código. Por el momento limitaremos nuestra exposición de un código a una exposición del lenguaje.

Según David Berlo en su libro “El Proceso de la Comunicación” el lenguaje incluye un conjunto de símbolos significantes. Estos símbolos se dan en secuencias estructuradas. El lenguaje es un sistema cuyas unidades elementales y estructurales, deben producir respuestas similares de un grupo de gente.

En resumen, las mejores teorías sobre los orígenes del lenguaje implican los siguientes enunciados: 1) El lenguaje consiste en un conjunto de símbolos, más los métodos significativos para su combinación; 2) Los símbolos de un lenguaje fueron elegidos al azar. No son fijos ni dados por Dios; 3) El hombre construyó su propio lenguaje en virtud de los principios de interpretación, respuesta y recompensa que rigen todo aprendizaje; 4) Gradualmente el hombre creó el lenguaje con el fin de expresar sus significados a sí mismo y a los demás, para lograr que ante otras personas tuvieran iguales significados, y para emitir respuestas que aumentarán su capacidad de influencia.

Utilizamos el lenguaje para expresar y producir significados. El significado es inherente a la propia definición del lenguaje. Está relacionado con los códigos que elegimos al comunicarnos, lenguaje que usamos para encodificar nuestras intenciones en mensajes y para responder a un mensaje decodificado.

1.— Relación entre signos, símbolos y significados.

El significado, es lo que existe en la mente de la gente e implica comprensión. No obstante, se define el significado en función de alguna relación “signo—símbolo—referente”, donde el referente siempre resulta ser algo dado en la realidad física, por lo tanto al definir el significado se asigna una propiedad estrictamente humana a los objetos físicos.

El significado es una función de las ideas y las ideas están en la mente, no existe nunca un significado por sí en ningún complejo simbólico físico. Las palabras nunca poseen significado en sí mismas.

La distinción habitual muestra que los signos no pueden estar lógicamente incluidos en la comunicación humana, mientras que los signos pueden estar, y lo están. Las palabras son símbolos que se emplean intencionalmente en el proceso de la comunicación.

Los signos pueden dividirse en: **naturales y convencionales**.

Un **signo natural** es un evento de nuestra experiencia que se refiere a algún otro evento, porque nuestra experiencia nos ha enseñado que los dos están asociados de alguna manera. Una nube oscura en el horizonte es un signo natural de una tormenta.

Signo convencional es el símbolo, o sea, un signo empleado de liberadamente por los hombres para transmitir un significado. Es un recurso artificial hecho por los seres humanos con el propósito de referirse a algo.

Los fenómenos físicos pueden darse como signo o símbolo, pero en lo que concierne al intérprete, todos estos fenómenos aparecen en primer lugar como percepciones (excitación neurológica) y luego como ideas, para que el intérprete posea así alguna clase de significado; por lo tanto el significado es una función de las ideas.

Los signos no están implicados en el proceso de la comunicación porque no son algo a lo que apunten los seres humanos. La única relación que existe entre signos y símbolos es que tienen la propiedad común de ser físicos; cuando se habla de comunicación la relación termina. Aunque es cierto que los signos pueden eliciar determinados significados para determinados individuos, nunca se los emplea intencionalmente en el proceso de la comunicación.

Como vemos, en todo acto de comunicación, el hombre se vale fundamentalmente de los medios que le brinda su lengua, es decir el sistema de signos convencionales adaptados por su comunidad, y que él recibe y aprende por un proceso de tradición y herencia.

Según lo define Saussure, el signo es la combinación del concepto y la imagen acústica. Los términos implicados en el signo lingüístico son psíquicos y están unidos en nuestro cerebro por un vínculo de asociación. Lo que el signo une no es una cosa y un nombre, sino un concepto y una imagen acústica. La imagen acústica no es un sonido

material, cosa puramente física, sino su huella psíquica, es decir la representación que de él nos da el testimonio de nuestro sentido; esa imagen es sensorial, y si llegamos a llamarla material es solamente en este sentido y por oposición al otro término de la asociación: el concepto, que es generalmente más abstracto.

SIGNO — CONCEPTO — SIGNIFICADO
SIGNO — IMAGEN ACUSTICA — SIGNIFICANTE

La palabra signo designa el conjunto. Reemplazamos concepto por significado, e imagen acústica por significante. Estos términos tienen la ventaja de señalar la oposición que los separa, sea entre ellos dos, sea del total del que forman parte. Como consecuencia, el signo resulta de la asociación de un significante con un significado. Por esta razón, el signo lingüístico es arbitrario. Así, la idea de sur, por ejemplo, no está ligada por relación alguna interior con la secuencia de sonidos s—u—r, que le sirve de significante; pues podría estar representada tan perfectamente por cualquier otra secuencia de sonido. La palabra arbitrario, no debe dar idea de que el significante depende de la libre elección del hablante; sino que es inmotivado, es decir, arbitrario con relación al significado, con el cual no guarda en la realidad ningún lazo natural.

A este principio de arbitrariedad del signo, se podría hacer dos objeciones: 1) Se podría apoyar en las onomatopeyas, para decir que la elección del significante no siempre es arbitraria. Pero las onomatopeyas nunca son elementos orgánicos de un sistema lingüístico, y además su número es mucho menor de lo que se cree. 2) Las exclamaciones, muy vecinas de las onomatopeyas, dan lugar a observaciones análogas. Se tiene la sensación de ser en ellas expresiones espontáneas de la realidad, dictadas por la naturaleza. Pero la mayor parte de ellas niega un vínculo necesario entre significado y significante.

2.— Característica del significante.

El significante por ser de naturaleza auditiva se desenvuelve en el tiempo; únicamente, y tiene los caracteres que toma del tiempo: a) Representa una extensión y b) esa extensión es mensurable en una sola dimensión; es una línea.

Por oposición a los significantes usuales (señales marítimas, por ejemplo) que pueden ofrecer complicaciones simultáneas en varias dimensiones, los significantes acústicos no disponen más que de la línea del tiempo, sus elementos se presentan uno tras otro formando una cadena. Este carácter se destaca inmediatamente cuando los representamos por medio de la escritura, en donde la sucesión es sustituida por la línea espacial de los signos gráficos.

3.— Inmutabilidad y mutabilidad del signo lingüístico.

Inmutabilidad: Con relación a la idea que representa, el significante aparece como elegido libremente; en cambio con relación a la comunidad lingüística que lo emplea, el significante es impuesto. La masa social está atada a la lengua tal cual es, ninguna sociedad conoce ni jamás ha conocido la lengua de otro modo, que como un producto heredado de las generaciones precedentes, y que hay que tomar tal cual es.

¿Por qué el factor histórico de la transmisión de la lengua, excluye todo cambio general y súbito? Por lo siguiente: 1º— El carácter arbitrario del signo. Lo arbitrario del signo pone a la lengua al abrigo de toda tentativa que pueda modificarla; 2º— La multitud de signos necesarios para constituir cualquier lengua; 3º— El carácter demasiado complejo del sistema; 4º— La resistencia de la inercia colectiva a toda innovación lingüística: La lengua es, en cada instante, tarea de todo el mundo; extendida por una masa y manejada por ella; la lengua es una cosa de la que todos los individuos se sirven a lo largo del día entero.

La lengua forma cuerpo con la vida de la masa social, y la masa, siendo naturalmente inerte, aparece ante todo como un factor de conservación. Si además, recordemos que la lengua es siempre herencia de una época precedente, concluimos en que la lengua tiene carácter de fijeza, no sólo por estar ligada a la gravitación de la colectividad sino también porque está situada en el tiempo.

Mutabilidad: El tiempo que asegure la continuidad de la lengua, tiene otro efecto en apariencia contradictorio con el de inmutabilidad. Ese efecto, es el alterar más o menos rápidamente los signos lingüísticos, de modo que, en cierto sentido, se puede hablar a la vez de la inmutabilidad y de la mutabilidad del signo.

Ambos hechos son solidarios: el signo está en condiciones de alterarse porque se continúa. Esta alteración, conduce a un desplazamiento de la relación entre significado y el significante; el vínculo entre ellos se ha relajado, surgen otras correspondencias entre la materia fónica y la idea. Lo que domina en toda alteración es la persistencia de la materia vieja; la infidelidad al pasado sólo es relativa en el signo.

La continuidad del signo en el tiempo, unida a la alteración es un principio de la Semiología General.

Otros autores se han referido también al signo lingüístico; así para Pignatari, el signo es alguna cosa que sustituye a otra, y los clasifica en:

1.— **Index o índice:** Cuando mantiene una relación directa con su referente o la cosa que produce el signo. Por ejemplo, piso mojado, indicio de que llovió; pisadas: indicio de que pasó un animal o persona; una perforación de bala, una huella digital, etc.

2.— **Icono:** Cuando posee alguna semejanza o analogía con su referente. Por ejemplo, una fotografía, una estatua, un esquema, etc.

3.— **Símbolo:** Cuando la relación con el referente es arbitraria, convencional. Las palabras, habladas o escritas, en su mayoría son símbolo. Cuando yo pronuncio los fonemas correspondientes a mesa, por ejemplo, el sonido complejo que emito designa un determinado objeto por convención establecida (aún cuando se pueda discutir mucho sobre la genética morfológica de ese tipo de signo), ya la palabra escrita diseñada, —mesa— que representa aquellos fonemas, se incluye entre los símbolos por tratarse del signo de un signo. Como observa Morris, ciertos signos participan de una naturaleza doble o hasta triple. Por ejemplo, la cruz a cuyo primer significado icónico (instrumento de tortura) se superpone un referente simbólico dominante (símbolo del cristianismo).

Como vemos esta clasificación de los signos se ha hecho en relación a lo referente, o sea a la cosa a que se refiere o designa.

Para Peirce, fundador de la Semiótica, el signo o “representamen” es toda cosa que sustituye a otra, representándola para alguien bajo ciertos aspectos y en cierta medida.

Morris, se refiere a signo como toda cosa que sustituye a otra, de modo que desencadena (en relación a un tercero) un complejo análogo de reacciones. Divide los signos en señales y símbolos.

Señales: Son proporcionadas por acontecimientos físicos del entorno o del propio organismo; por ejemplo, el humo es señal del fuego; el movimiento de las ramas del árbol, señal de viento; el súbito enrojecimiento del rostro, señal de vergüenza.

Símbolo: Son signos que sustituyen o pueden sustituir a la vez a las señales y a los objetos por ellas anunciamos. Las palabras son símbolos: así “fuego”, “viento” y “vergüenza”, sustituyen a los objetos correspondientes, a sus señales, siendo así como signos de segundo grado. Se caracterizan además por producir una “disposición” para responder del modo que sería adecuado a la presencia del objeto. No se trata de una simple sustitución del objeto por su símbolo, de tal modo que éste suscite la misma respuesta que provocaría el estímulo inmediato. La conducta manifiesta en uno y otro puede no ser la misma. Las “etiquetas” o labels que según esta teoría sustituyen a los objetos no poseen, es claro, igual fuerza estimulante que éstos, pero disponen asimismo a la reacción correspondiente. Las reglas semánticas relacionan los símbolos con las cosas simbolizadas y rigen la sustitución de un símbolo por otro (sinónimos). Las reglas sintácticas rigen las relaciones entre símbolos (palabras). Y, las reglas pragmáticas rigen la relación entre los símbolos y sus usuarios, relaciones que son evidentemente, las fundamentales. Todo esto se relaciona con el estudio de los niveles de signo que hace Pignatari. En efecto, este autor habla de los siguientes **niveles de signo**:

1.— **Sintáctico:** Cuando se refiere a las relaciones formales de los signos entre si.

2.— **Semántico:** Cuando envuelve las relaciones de significado entre signo y referente.

3.— **Pragmático:** Nivel que implica las relaciones significante con el intérprete, o sea, con aquel que utiliza los signos en términos lingüísticos; es el nivel de la connotación, de los significados desencadenados por el uso efectivo del signo.

Saussure también se ha referido al concepto de símbolo. Para

él, el símbolo tiene por carácter no ser nunca completamente arbitrario; no está vacío: hay un rudimento de vínculo natural entre el significante y el significado. Así el símbolo de la justicia, que es la balanza, no podría reemplazarse por otro objeto cualquiera.

Volviendo al concepto de **significado** nos referimos al estudio que de él hace Berlo. La tesis que sostiene, es que el significado no está en el mensaje, que las palabras nada significan. Los significados son personales, difieren de una persona a otra. Es decir, que nuestros significados para las cosas consisten en los modos en que respondemos a ellas, exteriormente. Es decir:

- 1) Los significados están en las personas, no en los mensajes. Son las estimulaciones internas que provocan determinadas respuestas.
- 2) Los significados son el resultado de factores en el individuo, tal como se relacionan con factores en el mundo físico que los rodea, es decir, que los significados se aprenden.
- 3) La gente puede tener significados similares solamente en la medida en que haya tenido experiencias similares.
- 4) Los significados no son fijos, cambian con la experiencia.
- 5) No hay dos personas que puedan tener el mismo significado para algo exactamente.
- 6) La persona reaccionará siempre ante un estímulo, a la luz de sus propias experiencias.
- 7) Con el fin de dar un significado a la persona o de modificar sus significados para un estímulo, hay que relacionar el estímulo con otro para los cuales ya tiene significados.
- 8) Al aprender significados, la gente opera según los principios de:
 - a) El menor esfuerzo.
 - b) La no interferencia.

c) La capacidad discriminatoria.

En conclusión, los significados son nuestras interpretaciones, las conductas del receptor y fuentes que realizamos internamente; por eso repetimos que los significados están en las personas.

4.— Dimensiones del significado.

No debemos olvidar nunca que los significados se encuentran en la gente; no obstante, está indicado que podemos separar ciertas dimensiones del significado y hablar sobre ellas como si no perteneciesen a las personas.

Berlo nos habla de cuatro dimensiones del significado:

1.— **Significado denotativo:** Cuando tratamos de enseñar a los niños un significado para ciertas palabras lo hacemos mediante técnicas de condicionamientos. Decimos “pelota” e indicamos ésta, decimos “mamá” y señalamos hacia la madre del niño; es decir llamamos la atención sobre una relación entre estos nombres y los objetos que están denominando; de este modo los vocablos adquieren sentido.

Si el lenguaje se desarrolla y si nosotros nos comunicamos, toda la gente que usa ese lenguaje debe estar de acuerdo con esa relación palabra—objeto. Esta es una dimensión del significado a la que nosotros vamos a llamar denotativa o referencial. La palabra “pelota” denota o se refiere al objeto pelota.

De este modo definimos el significado denotativo como una relación signo — objeto.

De lo expuesto debe surgir claramente que una definición denotativa completa requiere la presencia de ambos términos de la relación: palabra—signo y objeto.

En nuestra comunicación aclaramos los significados denotativos ayudándonos con modelos del objeto, imágenes, dibujos, etc.

Obtener definiciones denotativas es uno de los problemas que nos encontramos en la comunicación. Cabe agregar que los diccio-

narios no pueden darnos significados denotativos. Sólo podemos aprender éstos utilizando el lenguaje, observando como lo utilizan otros y estableciendo qué objetos parecen ser denotados por determinadas palabras.

El dominio de la denotación es la realidad física.

2.— Significado estructural: El significado estructural no se refiere a algo, no denota algo, sino que nos ayuda a escoger significados en la comunicación de nuestras ideas y en la comprensión de otras palabras. Esta segunda dimensión, nos permite extraer significados de las estructuras, cuando una palabra—signo nos ayuda a captar otra palabra—signo o cuando la secuencia de dos palabras—signos nos enseña algo sobre su relación que no pudimos extraer de otra palabra que no fuera esa.

Los significados estructurales nos ayudan a predecir lo que sigue, sobre la base de lo que leemos que ocurre.

En resumen, el significado estructural está basado en una relación entre unos signos y otros; por esta razón podemos decir que el dominio del significado estructural es la realidad formal.

¿Cuáles son algunos de estos significados estructurales?

- a) Cantidad (singular o plural)
- b) Personal (primera, segunda o tercera, etc.)

Es la gramática la que estudia las relaciones formales entre las unidades del lenguaje. Cabe argüir que nos comunicamos a través de la forma.

Es el uso el que decide también el significado estructural.

3.— Significado contextual: La tercera dimensión del significado es la que nos permite extraerlos a partir de un contexto. Este puede ser el mejor medio para ayudar a definir palabras nuevas o difíciles, no claras para el receptor, pero imposibles de no ser usadas en la comunicación de un determinado tema.

El contexto ayuda mucho a otorgar significado a una palabra particular; por ejemplo, la palabra “caso” en un contexto adquiere distintos grados de significación: a) El abogado solicita el aplazamiento de un juicio porque no tuvo tiempo de preparar el caso; b) Mi exposición será demasiado larga para que la sigan y me hagan caso.

4.— Significado connotativo: El significado connotativo lo definimos como una relación entre un signo, un objeto y una persona. Estos significados son configurados por nuestra cultura y el sistema social en que nos desenvolvemos, pero son en alto grado personales.

El significado connotativo es el más relacionado con la experiencia personal, pero esto es imposible convenir absolutamente sobre el significado connotativo, no es imaginable que varias personas puedan tener exactamente la misma connotación para el término “madre”.

Los significados connotativos pueden distinguirse, de los denotativos, aún cuando los primeros hagan referencias específicas de objeto en que la connotación es más personal y varía más entre las personas.

Capítulo II

MARCO TEORICO PARA EL ANALISIS DEL UNIVERSO SEMANTICO

1.— Introducción

Un sistema de comunicación no está sometido a reglas totalmente deterministas, es así que su campo de investigación es tan amplio que puede abarcar, desde los fenómenos de la comunicación de masas hasta la problemática sociológica sobre las ideologías. En este último campo existen diversos trabajos sobre el concepto “ideologías”, el que no es un tipo particular de mensaje, o una clase de discurso social, sino, uno de los tantos niveles de organización de los mensajes desde el punto de vista de sus propiedades semánticas. Cuando los trabajos de investigación se refieren a niveles de signifi-

cación se puede optar por un enfoque que parte de categorías de análisis propias del campo específico de la Semántica, Semiótica, etc., cuya discusión conceptual se trató en el Capítulo I.

A continuación, intentaremos explicar el modelo de análisis que Verón aplica en su trabajo: "La semantización de la violencia política".

El actor explica que todo mensaje contiene una multiplicidad de dimensiones o niveles de significación. El punto de vista del análisis ideológico se define por la búsqueda de las categorías semánticas o estructuras de significación en términos de las cuales es "constituida" la información o el mensaje. El análisis será ideológicamente significativo cuando esas estructuras de significación puedan ser vinculadas con los procesos a nivel de la sociedad.

Verón introduce el neologismo **semantización** para referirse "al proceso por el cual un hecho x ocurrido en la realidad social es incorporado, bajo la forma de significaciones a los contenidos de un medio de comunicación de masas". También afirma que este proceso resulta de aplicar las operaciones fundamentales: combinación y selección. Ambas deben ser realizadas por el emisor del mensaje. Este, será el producto de este doble sistema de decisiones, es decir, dentro de un repertorio de unidades disponible que se han seleccionado, serán combinadas aquellas que mejor se adapten para la forma del mensaje que se pretende emitir.

2.— Selección y combinación

"Las unidades de un mensaje, al formar parte del mismo, entran en relación de co-presencia o contigüidad". Por lo tanto entendemos que una estructura combinatoria se da necesariamente por la co-presencia; es decir, a partir de la combinación de dos unidades seleccionadas resulta el hecho de que se transmiten en un determinado orden. Entonces, hay un nivel de complejidad lógica mayor, para dar lugar a la **metacomunicación por combinación**.

Al hablar de selección se tiene en cuenta un repertorio de unidades disponibles para ser seleccionadas. Esta operación establece entre los distintos signos relaciones que han sido llamadas de susti-

tución, es decir, unidades que no están presentes en el mensaje, podrían estarlo sustituyéndolas, esto es lo que se denomina: **metacomunicación por selección**.

“Estas dos dimensiones metacomunicacionales de todo mensaje expresan simplemente las condiciones concretas de toda comunicación: las relaciones de sustitución derivan de la relación genérica mensaje/código. Las relaciones de contigüidad derivan de la naturaleza objetiva y material de todo mensaje, por la cual un signo transmitido lo es siempre en el contexto espacial y/o temporal de otros signos. Todo esto puede resumirse en una idea fundamental y muy sencilla: en un mensaje, el contenido no es lo único que significa. Cuando digo algo, el modo en que lo digo y lo que no digo y podría haber dicho son aspectos inseparables de lo que digo”.

Las operaciones de selección y combinación a que se refiere Verón, no se incluyen en nuestro esquema de análisis, porque el autor puede aplicarlas con un mismo mensaje difundido por distintos medios, circunstancia que no podrá ser utilizada por nosotros, ya que elegimos distintos mensajes emitidos por el mismo medio. De todas formas, las operaciones mencionadas están intrínsecamente en los mensajes analizados porque, como ya lo expresamos la combinación y selección es tarea del emisor del mensaje.

3.— La materia que constituye al mensaje

Para comprender el mensaje en su totalidad, es necesario dilucidar la materia que lo constituye; esto es, la materia significante y la infraestructura material.

“Por **materia significante** se entiende el tipo de elementos sensoriales con que están constituidos los significantes del mensaje. De modo que se puede establecer una clasificación de materias significantes según el orden sensorial involucrado: Visual, auditivo, olfativo, táctil y gustativo”.

Cuando se analiza el contenido de un mensaje se debe tener en cuenta, por un lado, los órdenes sensoriales contenidos en el mismo y, por otro lado las series informacionales construidas sobre la base de cada uno.

Una serie informacional “es un proceso empírico de transmisión de signos que obedecen a un código. Un mensaje concreto de la comunicación social, con toda probabilidad, contendrá varios sistemas de codificación, que operan simultáneamente sobre uno o varios órdenes sensoriales”.

Para el medio de comunicación de masas, como la televisión, sobre la base de dos materias significantes: visual y auditiva, se constituye la serie informacional “visual no lingüística”, porque hacemos referencia a la imagen como elemento esencial de la televisión.

La **infraestructura material** es “la parte material concreta que sirve de vehículo a los mensajes. Es decir, que la misma materia significante se realiza en infraestructuras materiales diferentes”.

Como vemos no se trata de los elementos sensibles con que están construidos los significantes, sino del medio material que los transmite, muchas de cuyas características afectan la transmisión de la información. Un mismo mensaje puede transmitirse por radio, televisión o prensa escrita.

4.— El universo semántico: operaciones

El mensaje que se transmite, según el modelo que utilizamos, es considerado como “universo semántico” y está constituido por lo que Verón llama “operaciones”. La explicación de esas operaciones nos permite establecer el contenido del universo que se pretende analizar. El autor mencionado refiere como operaciones a:

- a) **Contextualización:** “Es la operación consistente en presentar un contexto de la realidad más amplia, dentro del cual se ubica el hecho central que motiva la nota. Como se verá, a su vez, este último “arroja luz” sobre el contexto, aclara lo que está ocurriendo en ese ámbito más amplio. Dicho ámbito incluye otros hechos diferentes del hecho central. En el ámbito de “La Nación” han ocurrido otras cosas además de la muerte de R.G.”.
- b) **Temporalización:** “Es la operación consistente en la referencia directa o indirecta a una secuencia de hechos de la cual forma parte el hecho central de que habla la nota”.

- c) **Clasificación:** “Es la operación que consiste en caracterizar un hecho como miembro de una cierta clase”.
- d) **Descripción:** “Es la operación de enumerar los aspectos concretos del hecho central mismo (hora en que ocurrió, personas presentes, etc.). Abarca todas las referencias a elementos constitutivos del acontecimiento que se relata”.
- e) **Circunstancialización:** “Es la operación consistente en presentar las situaciones concretas que anteceden inmediatamente al hecho central, que lo siguen, o que en general están inmediatamente asociados a él. (Ej.: de dónde venían las víctimas o a dónde iban; declaraciones posteriores de la policía o de los gremios; protagonistas y su identidad, el funeral, etc.). Se diferencia de la contextualización y de la temporalización en que no incluye la referencia a otros hechos que pueden estar vinculados con el hecho central pero que se produjeron en otros lugares o momentos, sino tan sólo las referencias a personas, acciones o cosas relacionadas directamente con el hecho relatado”.
- f) **Explicación:** “Es la mención explícita de causas, sea cuál fuere su tipo o grado de abstracción o generalidad”.

Observaciones: Según el modelo de análisis de las operaciones del universo semántico que postula Verón; para delimitar cada una de las operaciones, es necesario precisar el hecho central de mensaje.

Verón como ya hemos dicho, utiliza para su análisis un mensaje periodístico, para medios impresos. Se comprende entonces, que es posible relacionar el hecho central del que trata la nota, con otros hechos que le sirven de marco o contexto.

En nuestro caso, un aviso publicitario, es una síntesis de recursos— series visuales lingüísticas y no lingüísticas— que connotan una serie de apelaciones para estimular la compra del producto promocionado. Por lo tanto, al no haber una secuencia de hechos relacionados con un hecho central, no es posible explicar el contexto de cada aviso. Entonces, la primera operación denominada contextualización, no ha sido aplicada en nuestro análisis.

5.— Componentes semánticos mínimos

El análisis de contenido de los mensajes publicitarios, que posteriormente detallaremos, se basa en un modelo formal de los componentes mínimos de todo universo semántico, inspirado en el planteo de la semántica estructural de Greimas.

Los componentes semánticos mínimos integran lo que Verón llama “Unidad Estructural”, que se determina de acuerdo a la unidad de sentido del texto del aviso.

La notación simbólica de los componentes semánticos se hace sin efectuar ninguna reducción o normalización del texto, sino que son simples abreviaturas que lo simplifican. Ejemplo:

Actor	:	A
(componente)		(notación)

El “corpus” o universo contiene todos los elementos semánticos: actores, funciones, cualidades y aspecto, y el eje de referencia alrededor del cual se organiza es el “hecho x”, ocurrido en la realidad social.

Componentes semánticos mínimos

Componente	Notación	Observaciones
Actor	A	Entidad a la que se imputan las funciones y/o cualidades.
Subíndices		
personal / no personal	p , m	Oposición que crea subclases de actores
singular / plural	s , m	"
determinado / indeterminado	d , i	"
Función	—(— —)—	Predicado dinámico que se imputa a un actor ("acción")
Centrífuga /	A —)—	El actor de referencia es fuente
Centrípeta	A —(—	El actor de referencia es destino.
Cualidad	C	Predicado estático que se imputa al actor.
Aspecto	a	Especificación de características, circunstancias o propiedades de la función.
Límite	/	Límite entre unidades semánticas mínimas
Negación		Negación del componente que sigue del símbolo.

6.— Esquema del análisis estructural

Aviso publicitario.....

A.— Descripción del aviso

B.— Características técnicas (incluye materia significante e infraestructura material)

C.— Universo semántico

Organización del universo semántico: operaciones del medio

1.— Temporalización

2.— Clasificación

3.— Descripción

4.— Circunstancialización

5.— Explicación

D.— Análisis de las unidades estructurales

1.— Componentes semánticos

. Actor

. Función

. Cualidad Código

. Aspecto

. Negación

2.— Series visuales no lingüísticas.

Capítulo III

Análisis del Universo Semántico de Avisos Publicitarios

AVISO PUBLICITARIO "KANSAS"

A.— Descripción del aviso

Las imágenes muestran a un grupo de jóvenes (entre 17 y 20 años), que pasean juntos por jardines de Buenos Aires. En off se escucha: "Ahora es tiempo de Kansas". Al llegar a unas escalinatas, se encuentran con una gitana; ésta tiene en su regazo a una pequeña. En un primer plano se muestran los rostros de madre e hija. Ambos denotan una expresión tranquila y feliz. Inmediatamente, aparece una pareja de jóvenes en una actitud romántica; la cámara los toma de perfil y ya muestra, con su movimiento, algunas características del pantalón. Nuevamente en off, se escucha: "El amor contigo siempre está".

La secuencia siguiente presenta a la gitana prediciéndoles el futuro. Mientras, en off, se escucha: "Donde vayas te acompañará". Es necesario explicar, descriptivamente, la vestimenta de los personajes: todos los jóvenes visten pantalones, combinados con remeras y blusas de confección moderna completados por boínas, sombreros y flores en el cabello; el calzado, sport, se corresponde con el tipo de pantalón promocionado. La gitana viste ropa propia de su raza, largos y plegados faldones superpuestos y blusa florida; está peinada con largas trenzas.

La próxima imagen muestra a la joven, de espaldas, en el momento en que es sentada por su compañero, sobre la baranda de la escalinata. En un primer plano, el pantalón realza las formas de la joven. El texto en off es: "Kansas... Kansas... Kansas".

A continuación, la cámara recrea la imagen de una joven a la que la gitana, mirando sus manos, le anuncia un hogar prolífico. Un primer plano de su rostro ilusionado es seguido por una escena difusa en la cual aparece rodeada de niños desnudos. En off se escucha: "Muchos hijos en tu vida habrá".

Una próxima secuencia registrá nuevamente a la gitana, leyendo las manos de uno de los jóvenes a quien se le augura un futuro lleno de éxitos y fama. Esto está ilustrado por escenas sucesivas que expresan, en un primer momento, la sorpresa del muchacho (cae de espaldas) y, luego, el éxito alcanzado (aparece rodeado, aclamado, solicitado y perseguido por sus admiradoras de quienes trata de zafarse; para eso corre y se cuelga de algo que no aparece en cámara). El texto, en off, que acompaña a esta secuencia, dice: "Famoso serás, en tus manos escrito está".

Finalmente, el grupo de jóvenes, unidos y tomados de brazos y cinturas, se aleja corriendo, en momentos que la cámara los capta de espaldas. En off y escrito se emite: "Kansas... Kansas... Kansas".

La música que forma parte de este aviso es una canción moderna, popular, cuya letra ha sido adaptada al texto del aviso. Sin mayores variaciones sonoras, esta melodía es fácilmente reconocible e identificable, característica propia de la música popular moderna.

B.— Características técnicas

La materia significante en este aviso es visual y auditiva.

Imágenes	Móviles: serie visual no lingüística Estáticas: serie visual lingüística
Música	Ritmo: canción de moda; serie no visual no lingüística Texto: adaptado al aviso; serie no visual lingüística
Sonido	Texto: locución en off; serie no visual lingüística

Este material audiovisual aparece por LV 82 Canal 8 TV San Juan; se trata de un aviso de 40 segundos de duración, transmitido a partir de las 20 horas, con intervalos de una hora y media.

C.— Universo semántico

El criterio de selección operado con el aviso ha estado basado en que contiene las apelaciones básicas (amor, vanidad, sexo, placer, emulación, seguridad, salud) y, además, por estar dirigido a un público consumidor masivo, es decir, distinto desde el punto de vista de la clase social.

Organización del universo semántico: operaciones del medio

1.— Temporalización

En este aviso se dan dos secuencias temporales perfectamente determinadas:

- el presente: * los jóvenes pasean por el parque
* los jóvenes encuentran la gitana quien les lee la buenaventura (hecho central)
 - el futuro: * una de las jóvenes tendrá un futuro prolífico
* otro joven tendrá un futuro pleno de éxito y fama.

Estas dos secuencias temporales, de acuerdo a un orden lógico, difícilmente se podrían mostrar en el aviso. Pero, los recursos técnicos de la filmación posibilitan la presentación inmediata del presente y el futuro mediante la secuencia de imágenes.

2. — Clasificación

Para caracterizar el hecho como miembro de una cierta clase, es necesario determinar antes el hecho mismo. El hecho central a analizar es clasificado por:

3.— Descripción

Las imágenes muestran a un grupo de jóvenes que mientras pasean por un parque se encuentran con una gitana. Inmediatamente, ella toma la mano de algunos de los jóvenes y les predice el futuro.

4.— Circunstancialización

Los jóvenes, cuando pasean por el parque, van tomados de la mano y demostrando alegría, optimismo y vitalidad. Esta acción transcurre durante el día en un parque bien conservado (césped, plantas y paseos). En el momento en que les leen las manos, los jóvenes denotan sorpresa y esperanza.

5.— Explicación

Se entiende que la causa de este hecho es el deseo de conocer el futuro pero no hay una mención explícita de ésta u otra causa.

D.— Análisis de las unidades estructurales

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 1

“Ahora es tiempo de Kansas”

1.— Componentes semánticos

- | | |
|--|------------|
| <ul style="list-style-type: none">— Actor: “tiempo”<ul style="list-style-type: none">* no personal* singular* determinado— Cualidad: “de Kansas” y “Ahora es” | (/AnsD C/) |
|--|------------|

Esta unidad estructural no tiene predicado dinámico (función), ni tiene una característica aplicable a esa función. Por contener un verbo predicativo (“ser”), tiene cualidad.

2.— Series visuales no lingüísticas

Las imágenes muestran un grupo de jóvenes (entre 17 y 20 años), que pasean juntos por jardines de Buenos Aires.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 2

“El amor contigo siempre está”

1.— Componentes semánticos

- | | | |
|-------------|------------------------|------------|
| — Actor: | “amor” | (/AnsD C/) |
| * | no personal | |
| * | singular | |
| * | determinado | |
| — Cualidad: | “contigo siempre está” | |

En esta unidad el actor no refiere una persona, si consideramos al amor como una entidad abstracta. Como en la unidad anterior, en ésta, se incluye un predicativo (“estar”), que otorga cualidad.

2.— Series visuales no lingüísticas

Las imágenes visuales se suceden de la siguiente manera: los jóvenes, al llegar a la escalinata, se encuentran con una gitana; ésta tiene en su regazo a una pequeña. En un primer plano se muestran los rostros de madre e hija. Ambos denotan una expresión feliz y tranquila.

Inmediatamente después, aparece una pareja de jóvenes en actitud romántica; la cámara los toma de perfil y ya muestra, con su movimiento, algunas características del pantalón.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 3

“Donde vayas te acompañará”

1.— Componentes semánticos

- | | | |
|------------|---------------|---------------|
| — Actor: | “amor” | (/ AnsD — a/) |
| * | no personal | |
| * | singular | |
| * | determinado | |
| — Función: | “acompañar” | (/ AnsD — a/) |
| * | “centrífuga” | |
| — Aspecto: | “donde vayas” | |

Como en la unidad anterior no refiere una persona, si consideramos al amor como una entidad abstracta. En esta oportunidad, el amor es fuente de la acción; por lo tanto puede clasificársela como centrífuga. El aspecto (“donde vayas”) es el circunstancial de la función; indica permanencia en el espacio.

2.— Series visuales no lingüísticas

En esta unidad se presenta a la gitana prediciendo el futuro a los jóvenes en el momento en que les lee sus manos.

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 4

“Kansas... Kansas... Kansas”

1.— Componentes semánticos

- Actor: “Kansas”
* no personal
* singular
* determinado

(/ Ansd /)

Esta unidad no puede partirse en sujeto y predicado; por lo tanto, el actor no tiene función, ni tampoco cualidad. Desde el punto de vista de la gramática estructural, puede clasificársela como “oración unimembre”.

2.— Series visuales no lingüísticas

Las imágenes que muestra la unidad, incluyen a una joven —de espaldas—en el momento en que es sentada por su compañero sobre la baranda de la escalinata. En un primer plano, el pantalón realza las formas de la joven.

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 5

“Muchos hijos en tu vida habrá”

1.— Componentes semánticos

- Actor: “hijos”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
- Cualidad: “habrá en tu vida”

(/ Apmd C/)

Como en casos anteriores, el verbo “haber” indica cualidad imputable al actor: “hijos... en tu vida habrá”.

2.— Series visuales no lingüísticas

La cámara recrea la imagen de una joven a la que la gitana, mirando sus manos, le anuncia un hogar prolífico. Un primer plano de su rostro ilusionado es seguido por una escena difusa en la cual aparece rodeada de niños desnudos.

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 6

“Famoso serás, en tus manos escrito está”

1.— Componentes semánticos

- Actor: “tú”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
- Cualidad: “famoso serás” y “en tus manos escrito está”

(/ Apsd C/)

El actor de esta unidad no está expreso en la oración, pero, al normalizarla, se determina que es el pronombre personal “tú”. Tiene dos cualidades que se aplican al actor por tratarse de predicados estáticos.

2.— Series visuales no lingüísticas

Esta secuencia registra a la gitana leyendo las manos de uno de los jóvenes, a quien le augura un futuro pleno de éxito y fama. Esto está ilustrado por escenas sucesivas que expresan, en un primer momento, la sorpresa del muchacho (cae de espaldas) y, luego, el éxito alcanzado (aparece rodeado, aclamado, solicitado y perseguido por sus

admiradoras de quienes trata de zafarse; para eso corre y se cuelga de algo que no aparece en cámara).

AVISO PUBLICITARIO “JABON LUX”

A.— Descripción del aviso

En la primera secuencia, la actriz Graciela Borges aparece junto a una estatua. Es importante aclarar que la estatua se considera símbolo de la belleza, desde la época clásica. Junto a esta imagen, el locutor, en off, dice: “Graciela Borges tiene una belleza natural”. La secuencia mencionada se continúa con la imagen de unas flores que se mecen suavemente, en el momento en que se pronuncia la palabra “natural”. Se mantiene esta imagen, desde diferentes ángulos, cuando se escucha: “una belleza de hoy”.

A continuación se muestra a Graciela Borges en un primer plano de su rostro —un plano en el que sólo puede observarse el cuello de piel del tapado que viste—, cuando dice: “Yo uso Lux, nuevo Lux”. Inmediatamente la cámara se aleja un poco y puede verse un pimpollo que tiene en sus manos.

La imagen del jabón cubierto de espuma es la secuencia que continúa, a la vez que en off se escucha: “la enriquecida espuma del nuevo Lux”. Al decir: “con crema de belleza” se muestra a Graciela Borges, en primer plano, destacando su rostro, despejado totalmente ya que sus cabellos corren hacia atrás por acción de la brisa. Finaliza esta secuencia cuando una mano de mujer, fina y delicada, acaricia el jabón; el texto que la acompaña es: “mantiene la tersura y suavidad de su cutis”.

A continuación, Graciela Borges aparece cabalgando, vestida con equipo de equitación, mientras el locutor dice: “Como Graciela Borges, confíe usted también en el nuevo Lux”. Esta imagen es seguida por otra en la que aparece el jabón con su etiqueta en la que se emite el siguiente texto escrito y oral: “Nuevo Lux con crema de belleza”.

La música que enmarca sonoramente a este aviso es instrumental, sin texto.

B.— Características técnicas

El aviso analizado, que es un filme, está compuesto por los siguientes elementos sensoriales que constituyen su materia significante:

Imágenes	Móviles: Series visuales no lingüísticas Estáticas: Series visuales lingüísticas
Sonido	Música: Instrumental: Serie no visual no lingüística Monólogo: Serie no visual lingüística Texto Locución en off: Series no visual lingüística.

Este aviso tiene una duración de 35 segundos y se difunde en espacios de 1 hora a partir de las 20.00 y hasta las 24.00, por LV 82 Canal 8 TV - San Juan.

C.— Universo Semántico

Las razones por las cuales se ha seleccionado este aviso son, en primer lugar, las apelaciones que refiere: Sexo (belleza y atracción del sexo opuesto), ambición, emulación, vanidad y placer. También que, por emitirse por un medio de comunicación colectiva, el mensaje publicitario está dirigido a un público consumidor masivo, sin distinción de clases, intereses, nivel intelectual, cultural, etc.

Organización del universo semántico: operaciones del medio

1.— Temporalización

Este aviso comprende una sola unidad de tiempo. No hay referencias al pasado ni al futuro del hecho central: Graciela Borges usa jabón Lux. Sólo puede llegarse a la siguiente relación:

- El pasado: * Graciela Borges usó jabón Lux, por eso tiene una belleza natural y de hoy
- el futuro: * si quiere tener la belleza de Graciela Borges, use jabón Lux.

2. — Clasificación

El hecho analizado puede sintetizarse argumentalmente en: Graciela Borges usa jabón Lux.

El hecho puede clasificarse por la unión de dos componentes semánticos:

3.--- Descripción

Es difícil enumerar los aspectos concretos del hecho central del aviso pues si bien sabemos que Graciela Borges usa Lux, no nos muestra el momento en que lo hace, lugar, etc.

Sí hay elementos del hecho a los que se les aplican algunas características:

- Jabón Lux: * la enriquecida espuma del jabón Lux
* jabón Lux con crema de belleza
* jabón Lux mantiene la tersura y suavidad del cutis
 - Graciela Borges: * tiene una belleza natural
* tiene una belleza de hoy

4.— Circunstancialización

En esta operación es necesario explicar el ambiente donde se desarrolla la acción: En un primer momento transcurre en un parque en el que sólo pueden observarse algunos árboles y plantas, la estatua a la que se acerca Graciela Borges.

Otro ambiente, es el lugar donde Graciela Borges cabalga, que por sus características (dimensión y mantenimiento) parecen ser una pista de equitación de un club o una estancia.

El momento en que transcurre la acción puede precisarse como el día, ya que no aparecen luces artificiales.

5.— Explicación

En esta operación deben mencionarse las causas que determinaron el hecho, en este aviso están claramente determinadas:

Graciela Borges usa jabón Lux — — — Para qué?

- * Para tener una belleza natural
- * Para tener una belleza de hoy.

D.— Análisis de las unidades estructurales

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 1

“Graciela Borges”

1.— Componentes semánticos

- | | |
|--------------------------------|------------|
| — Actor: “Graciela Borges” | (/ Apsd /) |
| * personal | |
| * singular | |
| * determinado | |

A este actor no se le aplica función, en esta unidad estructural. Quedó determinada así porque constituye el título del aviso, es decir la serie visual lingüística que como imagen estática aparece en el aviso.

2.— Series visuales no lingüísticas

En la primera secuencia, la actriz Graciela Borges aparece junto a una estatua. Junto a esa imagen, el locutor, en off, dice: “Graciela Borges tiene una belleza natural”

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 2

“Tiene una belleza natural”

- Actor
fuente: “Graciela Borges”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
 - Función: “tiene”
 - Actor
destino: “belleza”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
 - Cualidad: “natural”
- (/ Apsd —) — Ansd C /

El actor, si bien no está escrito en la unidad, sabemos que es el pronombre personal “ella” (Graciela Borges). La función “tiene” es centrífuga, porque el actor (GB) es fuente de la función.

2.— Series visuales no lingüísticas

Las series visuales se dan inmediatamente en las unidades 1 y 2, la única imagen que identifica a la N° 2, es la presencia de unas flores que se mecen suavemente cuando se pronuncia la palabra “natural”.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 3

“Una belleza de hoy”

1.— Componentes semánticos

- Actor: “belleza”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
 - Cualidad: “de hoy”
- (/ Ansd C /)

La cualidad “de hoy” podría haber sido considerada: aspecto, si se hubiera tratado de una circunstancia de la función; como esta unidad no tiene función, se interpreta como cualidad del actor.

2.--- Series visuales no lingüísticas

Se mantiene la imagen de las flores que aparecían en la unidad anterior tomadas desde distintos ángulos y acompañando el movimiento suave de las flores.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 4

“Yo uso Lux, nuevo Lux”

1.— Componentes semánticos

- Actor
fuente: “yo”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
- Función: “uso”
 - * centrífuga
- Actor
destino: “Lux”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
- Cualidad: “nuevo”

(/ Apsd ——) — Ansd C/)

Esta unidad resulta de fácil análisis ya que es una oración que, desde el punto de vista sintáctico, está lógicamente estructurada. “Nuevo” es un calificativo del actor destino, o sea “Lux”.

2.--- Series visuales no lingüísticas

Se muestra a Graciela Borges, en un primer plano de su rostro —plano en el que puede observarse el cuello de piel del tapado que visita— cuando afirma usar jabón Lux. Inmediatamente después, la cámara se aleja un poco y puede verse un pimpollo que tiene en sus manos.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 5

“La enriquecida espuma del nuevo Lux con crema de belleza, mantiene la tersura y suavidad de su cutis”.

1.— Componentes semánticos

- Actor fuente: "espuma"
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
- Cualidad: "enriquecida"
 - "del nuevo Lux"
 - "con crema de belleza"
- Función: "mantiene"
 - * centrífuga
- Actor destino: "tersura y suavidad"
 - * no personal
 - * plural
 - * determinado
- Cualidad: "de su cutis"

(/ Ansd C —)— Anm C/)

Dos elementos fundamentales caracterizan tao esta unidad, son las cualidades de los actores fuente y destino. Esas cuadidades amplían el campo interpretativo de la unidad.

2.— Series visuales no lingüísticas

Aparece la imagen del jabón promocionado, cubierto de espuma. Posteriormente, aparece Graciela Borges en primer plano, destacando su rostro, despejado totalmente, ya que sus cabellos se corren hacia atrás por acción de la brisa. Finaliza esta secuencia cuando la mano de una mujer —fina y delicada— acaricia el jabón.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 6

"Como Graciela Borges".

1.— Componentes semánticos

- Actor: "Graciela Borges"
- Cualidad:
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
 - "como"

(/ Apsd C /)

En esta unidad, de acuerdo a la codificación empleada, no es necesario analizar la palabra “como”. En nuestro segundo análisis, será elemento fundamental para comprender el significado del aviso.

2.— Series visuales no lingüísticas

Graciela Borges cabalga, vestida con equipo de equitación. La cámara sigue el movimiento desde un sólo punto de vista.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 7

“Confíe usted también en el nuevo
Lux con crema de belleza”

1.— Componentes semánticos

	“usted”	
	* personal	
	* singular	
— Actor: fuente:	* determinado	
— Función:	“confíe”	(/ Apsd —)— Ansd a C/)
— Actor destino:	* centrífuga	
	“Lux”	
	* personal	
	* singular	
	* determinado	
— Aspecto:	“también”	
— Cualidad:	“nuevo”	
	“con crema de belleza”	

El aspecto “también” es una circunstancia de modo de la función, que equivaldría a “confíe, como ella, ...”. Como en las unidades anteriores, la cualidad (aquí incluye dos elementos) aumenta la comprensión de la unidad y, sobre todo, de sus actores fuente y destino.

2.— Series visuales no lingüísticas

En esta unidad, aparece el jabón con su etiqueta, junto a otro que no la tiene.

AVISO PUBLICITARIO “MAC GREGOR”

A.— Descripción del aviso

Las imágenes muestran a dos jóvenes de alrededor de 28 años, sentados en una confitería. Ambos están vestidos formalmente. No obstante, sus rostros demuestran estados de ánimo diferentes. En uno, es evidente el fastidio y la amargura. El otro demuestra una cierta despreocupación del problema ajeno, como de algo que no le toca vivir.

En estos momentos se escucha decir al protagonista (el conflictuado): “Me dejó por otro”. A lo que su amigo responde, con manifiesta calma y mientras se lleva un alimento a la boca: “tiene que haber una razón”.

Nuevamente, se escucha al protagonista central que dice: “Un tipo que usa colonia Mac Gregor, lo único que se de él”. Su expresión y el tono de voz denotan total ignorancia del producto mencionado y de la persona que lo usa aunque esto sea lo único que sabe de él.

Ante esto, su amigo cree haber encontrado la razón del abandono, por lo cual señala: “Colonia Mac Gregor”. Sumamente molesto y sin entenderlo del todo, el otro se pregunta: “¿Pero qué tiene ese tipo que yo no tenga?”.

Entre tanto su compañero, sin cambiar de actitud pero con un nuevo tono de voz, casi enfático y convincente, subraya: “Colonia Mac Gregor”. En este momento, el protagonista principal parece haber tomado conciencia de su inferioridad respecto al rival, por no haberse percatado de que, usando colonia Mac Gregor, su poder de seducción no se hubiera visto disminuído. Con gesto explosivo hace ademán de levantarse.

La próxima secuencia muestra una vidriera donde se expone el producto mencionado y las luces de los vehículos se reflejan en ella. Instantes después, un poderoso impacto destroza la vidriera.

En este aviso la música no es un elemento importante para destacar, ya que corresponde a la programación musical de fondo que el canal emite normalmente.

B.— Características técnicas

La materia significante de este aviso es visual y auditiva.

Imágenes	Móviles: serie visual no lingüística
	Estáticas: serie visual lingüística
Sonidos	Música: ritmo: melodía de fondo serie no lingüística.
	Diálogo: serie no visual lingüística
	Texto: Locución en off: serie no visual lingüística.

Este aviso se difunde periódicamente por LV 82 Canal 8 TV San Juan. Tiene una duración de 10 segundos y se difunde continuamente a breves intervalos.

C.— Universo semántico

El criterio de selección del aviso se ha basado en que las apelaciones básicas que contiene el aviso son poco usuales: amor traicionado, orgullo, emulación, falta de seguridad, violencia, y en que está dirigido hacia un público consumidor masivo y heterogéneo.

Organización del universo semántico: operaciones del medio

1.— Temporalización

Al hecho central del aviso lo ubicamos en la conversación que mantienen dos jóvenes acerca de la ruptura de relaciones entre uno de ellos, protagonista central, y su novia (hecho anterior). Esta conversación con el amigo y el conflicto emocional que lo amarga, hace que el protagonista reaccione violentamente, rompiendo una vidriera (hecho posterior).

2.— Clasificación

Este hecho puede clasificarse por:

3.— Descripción

La conversación se desarrolla en una confitería, entre dos personas, mientras toman un copetín.

4.— Circunstancialización

Los jóvenes, sentados uno al lado de otro, demuestran estados de ánimo diferentes: uno, amargado, el otro, despreocupado por el problema. El diálogo va tomando características diferentes hasta encontrar la razón del fracaso. En ese momento, el protagonista central se levanta bruscamente y con un golpe en la mesa da por terminado el diálogo.

5.— Explicación

La causa inmediata de esta conversación (hecho central) hay que buscarla en la primera expresión del diálogo ("Me dejó por otro"), indicadora del hecho anterior.

D.— Análisis de las unidades estructurales

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 1

“Me dejó por otro”

1.— Componentes semánticos

- Actor: “El joven” (me)
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
 - Función: “dejar”
 - * centrípeta
 - Aspecto: “por otro”

(/ Apsd —(— C/)

El actor en esta unidad es personal porque se refiere a una persona.

La función es centrípeta, toda vez que el actor de referencia es destino de la acción. La cualidad "por otro" es el predicado estático que se imputa al actor.

2.— Series visuales no lingüísticas

Las imágenes que acompañan a esta unidad son las siguientes:

- a) los jóvenes, uno de ellos preocupado, toman un copetín en una confitería;
- b) el protagonista principal le cuenta su problema al amigo.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 2

"Tiene que haber una razón"

1.— Componentes semánticos

- Actor: "una razón"
 - * no personal
 - * singular
 - * indeterminado
- Cualidad: "tiene que haber"

(/ Ansd C /)

El actor no es una persona sino una entidad abstracta; carece de función ya que no tiene predicado dinámico. Si tiene cualidad, porque poseer predicado estático.

2.— Series visuales no lingüísticas

La imagen que acompaña a esta unidad es igual a la anterior; la escenografía no ha variado, los dos jóvenes continúan conversando en la confitería.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 3

“Un tipo que usa colonia Mac Gregor”

1.— Componentes semánticos

- Actor: “un tipo”
 - * personal
 - * singular
 - * indeterminado
 - Función: “usar”
 - Actor: “colonia”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
 - Cualidad: “Mac Gregor”
- (/ Apsi —(— Ansd C /)

En esta unidad hay dos actores. La función “usar”, es centrípeta, porque el actor personal (“un tipo”) es destino de la acción.

1.— Series visuales no lingüísticas

Las imágenes correspondientes a unidades estructurales anteriores se mantienen en ésta. Sólo varían las expresiones de los rostros de los protagonistas.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 4

“Lo único que se de él”

1.— Componentes semánticos

- Actor: “el joven”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
 - Función: “saber”
 - Aspecto: “lo único”
 - Actor: “él”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
- (/ Apsd a —(— Apsd /)

En esta unidad también encontramos dos actores. La función (“saber”), centrípeta, lo es en relación al protagonista (el joven) destino de la acción. No hay cualidad por tratarse de un predicado dinámico imputable al actor destino, que constituye un aspecto.

2.— Series visuales no lingüísticas

Como en la unidad anterior, la expresión de los rostros de los protagonistas es lo único que cambia en las imágenes que nos muestra la pantalla.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 5

“Pero qué tiene ese tipo que yo no tenga”

1.— Componentes semánticos

- | | |
|------------------------|----------------------|
| — Actor: “el joven” | (/ Apsd —(— Apsi /) |
| * personal | |
| * singular | |
| * determinado | |
| — Función: “tener” | |
| — Negación: “no tener” | |
| — Actor: “ese tipo” | (/ Apsd —(— Apsi /) |
| * personal | |
| * singular | |
| * indeterminado | |

Esta unidad tiene dos actores: uno es determinable (el protagonista), el otro no determinable (el tipo de quien se habla). La función es centrífuga, se corresponde con ambos actores, siendo uno fuente de la acción (“ese tipo”) y el otro actor destino de la acción (“el joven protagonista”). La acción es de carácter negativo. No hay cualidad, porque el predicado es dinámico; tampoco aspecto, ya que no se mencionan circunstancias o propiedades de la función.

2.— Series visuales no lingüísticas

La escenografía no varía. Los rostros expresan asombro a medida que se desarrolla la conversación.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 6

“Colonia Mac Gregor”

1.-- Componentes semánticos

- Actor: “colonia”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
- Cualidad: “Mac Gregor”

(/ Ansd C /)

El actor no se refiere a una persona sino a una cosa concreta. No hay función, ya que el predicado que se le imputa al actor es estático.

2.-- Series visuales no lingüísticas

Las imágenes que acompañan a esta unidad son las mismas de la unidad estructural anterior.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 7

“Colonia Mac Gregor, maldita colonia”

1.-- Componentes semánticos

- Actor: “colonia”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
- Cualidad: “Mac Gregor”
 - “maldita”

(/ Ansd C /)

El actor no personal “colonia” posee dos cualidades, por no poseer predicado dinámico carece de función.

2.-- Series visuales no lingüísticas

- El protagonista se levanta bruscamente y sale.
- Una vidriera donde se expone el producto es rota por un im- pacto.

AVISO PUBLICITARIO “FECULAX”

A.— Descripción del aviso

Las imágenes muestran a una pareja joven, entre 20 y 25 años ella y entre 25 y 30 años él. Ambos, abrazados, pasean por una plaza mostrando que están felices y enamorados.

Ella viste un modelo futura mamá muy corto; su vientre denota que está embarazada; su cabello tiene un corte muy actual. El va con traje sport, sin corbata, camisa rayada; tiene un aspecto ejecutivo - deportivo muy actual. La pareja puede calificarse como moderna, de posición solvente, seguros frente al futuro.

Todas las imágenes se suceden hoy rápidamente; la cámara toma el paisaje de fondo (una residencial); ellos caminan por una plaza haciendo mimos. La secuencia siguiente deja ver a una madre sentada en el césped que levanta en sus brazos a su bebé rubio, que está desnudo y patalea contento. A partir de este enfoque, se entabla el siguiente diálogo entre el joven matrimonio:

- Así va a ser el nene, ¿no es cierto? (pregunta ella)
- La nena querrás decir (responde él).

La próxima imagen los presenta junto a un florista (se supone que el diálogo se interrumpe allí y han continuado el paseo). Se reanuda el diálogo:

- Déme una color rosa (dice él al florista).
- Y otra celeste (acota rápidamente la esposa).

Aquí también se supone que han continuado el paseo, por cuanto frente a ellos aparece un cochecito con mellizos, un varón y una niña, empujados por la madre. Nuevamente el diálogo:

- Uia!, no habíamos pensado en eso (exclama jocosamente la joven señora).
- ¡Ja, ja, ja! (ambos ríen).

En off se escucha al locutor que dice: "Ya va siendo tiempo de pensar en Feculax". La cámara se acerca y toma en primer plano el envase de talco que lleva entre sus bracitos uno de los mellizos.

La música que acompaña a cada una de las secuencias del aviso es una melodía instrumental de fondo.

B.— Características técnicas

La materia significante en este aviso es visual y auditiva.

Imágenes	Móviles: serie visual no lingüística Estáticas: serie visual lingüística
Sonido	Música: ritmo: melodía de fondo; serie no visual no lingüística Diálogo: serie no visual lingüística Texto Locución en off: serie no visual lingüística

Este material audiovisual aparece por LV 82 Canal 8 TV San Juan; es un comercial filmado de 34 segundos de duración, transmitido a partir de las 19 horas, a intervalos de una hora.

C.— Universo semántico

La operación de selección se hizo teniendo en cuenta el prestigio reconocido de la firma anunciante, cuyos productos, ampliamente conocidos en el mercado, se consumen en diferentes estratos sociales.

Organización del universo semántico: operaciones del medio

1.— Temporalización

En este aviso el orden secuencial muestra el presente y el futuro en un mismo tiempo y espacio. El hecho central se ubica en el presente: es el diálogo de un joven matrimonio, mientras pasea, acerca del hijo que van a tener. El futuro se refleja en dos imágenes distintas: una muestra un bebé en brazos de su madre; la otra un cochecito con mellizos.

2. -- Clasificación

Este hecho se puede clasificarse por:

3.— Descripción

El diálogo entre los esposos tiene lugar en una plaza, mientras pasean. En su camino se encuentran con una madre que levanta a su hijo en brazos y más tarde con otra que empuja el cochecito de sus mellizos. Estas imágenes son desencadenantes del diálogo del hecho central.

4. -- Circunstancialización

El matrimonio se ve ilusionado, y tiernamente se hacen mimos mientras caminan por una plaza o paseo de una zona residencial. Sus expresiones cambian cuando ambos expresan su deseo de tener un hijo varón ella, y una niña él. La sorpresa final es el encuentro con el coche de los mellizos.

5.— Explicación

El diálogo es el resultado de las aspiraciones de cada uno de los esposos por tener un hijo del sexo que prefieren.

D.— Análisis de las unidades estructurales

Es oportuno destacar que en el análisis siguiente se hará mención de las imágenes en primer lugar, por cuanto son éstas las que desencadenan las unidades estructurales.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 1

“Así va a ser el nene, ¿no es cierto?”

1.— Series visuales no lingüísticas

- a) Pareja caminando por una plaza enclavada en una zona residencial;
- b) pareja haciéndose mimos mientras camina.

2.— Componentes semánticos

- Actor: “nene”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
- Cualidad: “así va a ser,
¿no es cierto?”

(/ Apsd C /)

El actor en esta unidad es personal porque se refiere a una persona. No tiene función por carecer de predicado dinámico; en cambio, si tiene cualidad por tener predicado estático.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 2

“La nena, querrás decir”

1.— Series visuales no lingüísticas

- a) Rostro del futuro padre contrariado y extrañado (primer plano);
- b) rostro de la madre desalentada y descontenta (primer plano).

2.— Componentes semánticos

- Actor: “la nena”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
- Función: “decir”
 - * centrífuga
- Aspecto: “querrás”

(/ Apsd —(— a /)

El actor, personal, se refiere a una persona. La función, predicado dinámico, corresponde a la acción de decir; y es centrífuga por

que el actor es fuente. El aspecto, “querrás”, corresponde a un modo voluntario, que califica a la acción de decir.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 3

“Déme una color rosa”

1.— Series visuales no lingüísticas

- a) La pareja junto a un florista;
- b) el esposo que pide.

2.— Componentes semánticos

- Actor: “el joven”
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
 - Función: “dar”
 - Actor: “una flor color rosa”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
- (/ Apsd ---(— Ansd /)

En esta unidad encontramos dos actores: uno personal (el joven) y otro no personal (una flor color rosa). La función “dar” corresponde a una acción centrípeta, en la cual un actor es fuente y el otro destino.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 4

“y otra celeste”

1.— Series visuales no lingüísticas

- a) La esposa que acota ante el pedido de su esposo.

2.— Componentes semánticos

- Actor: "la joven"
 - * personal
 - * singular
 - * determinado
- Función: "dar"
- Actor: "una flor celeste"
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado

(/ Apsd —(— Ansd /)

En esta unidad también encontramos dos actores: uno personal (la joven) y otro no personal (una flor celeste). La función "dar" corresponde a una acción centrípeta, en la cual un actor es fuente y el otro es destino.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 5

"¡Uia!, no habíamos pensado en eso"

1.--- Series visuales no lingüísticas

- a) La pareja encuentra un cochecito con los mellizos de ambos sexos, empujado por la madre;
- b) Uno de los mellizos lleva en sus brazos un envase de polvo Feculax.

2.--- Componentes semánticos

- Actor: "los jóvenes"
 - * personal
 - * plural
 - * determinado
- Función: "pensar"
 - * centrífuga
- Negación: "no pensar"

(/Apmd — —)— /)

Los actores son personales (integrantes del joven matrimonio). La acción es de carácter negativo: "no haber pensado".

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 6

“Ya va siendo tiempo de pensar en Feculax”

1. -- Serie visual no lingüística

El envase de polvo Feculax en primer plano.

2. -- Componentes semánticos

- Actor: “tiempo”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado
- Función: “pensar”
- Cualidad: “ya va siendo”
- Actor: “Feculax”
 - * no personal
 - * singular
 - * determinado

(/ Ansd C —)— Ansd /)

AVISO PUBLICITARIO “LUCKY STRIKE”

A.— Descripción del aviso

Las imágenes muestran un avión que aparece entre nubes, a lo lejos, mientras se escucha una música sensual y envolvente.

Poco a poco, el avión se va aproximando y, una vez cerca, se observa a través de una ventanilla el rostro de perfil de una pasajera joven y sonriente. Luego, la cámara se introduce en el interior del avión. Esto nos permite determinar que hay un limitado número de asientos que están enfrentados; es decir que hay una diferencia con los aviones comunes. Por otra parte cabe destacar que el confort, la unidad de ambiente (no hay una separación establecida entre cabina y nave), y la relación amistosa entre el piloto y el resto de los ocupantes lo caracterizan como un avión particular.

Los pasajeros tienen una edad que oscila entre los 20 y 28 años y visten, elegantemente, ropa sport.

De inmediato se ve otro joven que está sentado frente a la chica antes descrita. La cámara sigue su movimiento hasta tomar la cabina del avión y observa al piloto, que cordialmente mira hacia atrás, hacia el grupo. A continuación aparece la otra pasajera y su compañero le enciende un cigarrillo. Ella aspira el humo al mismo tiempo que deja caer, en un gesto muy natural, su mano fina y delicada, sobre una mesita. En ésta hay un paquete de cigarrillos, donde se lee claramente la marca del producto promocionado: "Lucky Strike".

El paquete de cigarrillos es enfocado en primer plano, hasta que sólo queda en pantalla el siguiente texto: "Lucky Strike", suavizados como nos gusta a nosotros". Simultáneamente, el locutor en off dice el texto.

B.— Características técnicas

La materia significante contiene elementos sensoriales visuales y auditivos.

Imágenes	Móviles: serie visual no lingüística Estáticas: serie visual lingüística
Sonido	Música: serie visual no lingüística Texto: serie visual no lingüística

Este material audiovisual aparece por LV 82 Canal 8 TV San Juan y, según la observación efectuada se trata de un aviso de 25 segundos de duración, transmitido a partir de las 20 horas, a intervalos de 30 minutos.

C.— Universo semántico

El criterio de selección empleado para este aviso se basa en que contiene las siguientes apelaciones: sexo, placer, evasión y prestigio. Además está dirigido a un público consumidor masivo y heterogéneo.

Una de las características de este film publicitario es la sucesión de hechos sólo por medio de imágenes, pues no hay diálogo. Es

por esto que las connotaciones que surgen de las apelaciones mencionadas, se infieren a partir de las imágenes.

Organización del Universo Semántico: Operaciones del Medio

1.— Temporalización

El primer momento del aviso, cuando el avión aparece entre las nubes, por el recurso técnico empleado, se nos aparece como un momento más del hecho presente, que es el viaje y las interacciones de los pasajeros.

El hecho central se desenvuelve mientras los jóvenes realizan este viaje, que les da oportunidad de fumar el cigarrillo que se publicita.

Como vemos todo el aviso se desarrolla en el presente, pues ni las imágenes ni el texto son suficientes para inferir hechos anteriores y posteriores al presente.

2.— Clasificación

Este hecho puede clasificarse por:

- protagonistas los jóvenes
- acción viajar
- social |
- (afectiva)

3.— Descripción

Por la claridad y la presencia de nítidas nubes, se deduce que la acción transcurre durante las horas del día. Son cuatro pasajeros que viajan en un avión particular. Los asientos están enfrentados y dejan lugar a una mesita donde hay un paquete de cigarrillos Lucky Strike.

4.— Circunstancialización

Los pasajeros viajan cómodamente en un avión particular. Sus rostros denotan alegría, jovialidad, seguridad y despreocupación. El placer del viaje parece acentuarse al fumar los cigarrillos Lucky Strike que, por lo que se deduce del texto, son tan suaves como el medio de transporte empleado en esta ocasión.

5.— Explicación

La causa que motiva el hecho central (el viaje) no se especifica en ningún momento del aviso.

D.— Análisis de las unidades estructurales

Como este aviso se maneja en su casi totalidad con imágenes, las primeras unidades estructurales se reducirán a la mención de las series visuales que las integran; sólo en la última unidad estructural, encontraremos componentes semánticos y series visuales.

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 1

1.— Series visuales no lingüísticas

- a) Aparece entre las nubes y a lo lejos, un avión;
- b) el avión se enfoca de cerca y a través de una ventanilla se observa a una pasajera.

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 2

1.— Serie visual no lingüística

- a) Se ve el interior del avión y el grupo de pasajeros.

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 3

1.— Series visuales no lingüísticas

- a) Un joven enciende un cigarrillo a su compañera;
- b) La joven aspira el humo.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 4

1.— Serie visual no lingüística

- a) La joven deja caer su mano sobre la mesa donde hay un paquete de cigarrillos Lucky Strike.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 5

“Lucky Strike, suavizados como nos gusta a nosotros”.

1.— Componentes semánticos

— Actor:	“Lucky Strike”	
	• no personal	
	• singular	
	• determinado	
— Cualidad:	“suavizados”	
— Actor:	“nosotros”	(/ Ansd C--)Apmd a /)
	• personal	
	• plural	
	• determinado	
— Función:	“gustar”	
— Aspecto:	“como”	

Esta unidad estructural está compuesta por dos actores: “Lucky Strike” es el actor fuente, que no es personal, ya que no se refiere a una persona concreta. La función “gustar” se corresponde con ambos actores. La cualidad “suavizados” se refiere a “Lucky Strike”, es decir, al actor fuente. El aspecto “como” es una circunstancia de la función “gustar”, centrífuga.

AVISO PUBLICITARIO “GASPAR”

A.— Descripción del aviso

La placa que se expone durante cinco segundos abarca la pantalla del televisor. En la parte superior del cartón se muestra un pantalón de corte moderno, dispuesto en forma inclinada. A la derecha y debajo del pantalón se ve un zapato mocasín, con plataforma.

En la superficie media de la placa y cruzado de izquierda a derecha se lee el logotipo de la firma "Gaspar", en tamaño notable.

A continuación del nombre y en la parte inferior, aparece la dirección de la casa comercial, en letra imprenta de tamaño medio: "Tucumán 134 Sur".

Durante la exposición de la placa el locutor, en off, dice: "Aquí está la pinta de Gaspar, tu mejor jean, tu mejor par", como si esto fuese la glosa de la placa. En forma más insinuante, el locutor termina el texto cuando agrega: "Es todo para la juventud que tiene un modo distinto de vestir, vivir y calzar".

Como puede apreciarse, la locución en off no repite el texto de la placa, a excepción del nombre de la firma.

En este aviso la música no es un elemento importante para destacar, ya que corresponde a la programación musical de fondo que el canal emite normalmente.

B.— Características técnicas

La materia significante de este aviso incluye elementos sensoriales visuales y auditivos.

Imágenes: estáticas

Serie visual no lingüística
(pantalón y zapato)

Sonido

Serie visual lingüística
(Gaspar, Tucumán 134 Sur)

Serie visual paralingüística

Música: de fondo; serie no visual no lingüística.

Texto: locución en off; serie no visual lingüística.

Este "slide" audiovisual aparece por LV 82 Canal 8 TV San Juan; se mantiene en pantalla por cinco segundos y se emite con bastante frecuencia durante toda la programación.

Este aviso por ser una placa, incluye series visuales paralingüísticas que son: tipo de letra, el logotipo "Gaspar", está escrito en un tipo imprenta minúscula, distinto al texto del resto del aviso.

Para su mejor comprensión se grafica este texto:

"G A S P A R "

C.— Universo semántico

Se seleccionó esta placa teniendo en cuenta que la casa anuncianta se dedica a la venta de ropa y calzado sport, entre ella, pantalones vaqueros de marcas conocidas, una de las cuales, el pantalón "Kansas", corresponde al aviso analizado anteriormente.

Este aviso tiene como función informar solamente; al ser placa está incluido en el 52,57% del total de avisos que se emiten por televisora local, según el trabajo de investigación "La publicidad en la televisión de San Juan".

Organización del Universo Semántico: Operaciones del Medio

1.— Temporalización

Este aviso no es un filme, por lo tanto no hay una secuencia de imágenes móviles. Tampoco puede determinarse un hecho central, sólo sabemos que ofrece un producto y nos dice dónde podemos comprarlo. Por lo tanto, si no hay acción o hecho central, todo el aviso transmite un mensaje que lo ubica temporalmente en el presente.

2.— Clasificación

Si bien no es posible precisar el hecho central, entendemos el aviso como un hecho que tiene dos protagonistas.

- protagonista juventud
- acción modo distinto de vivir
- | social |
- | (con arreglo a valores)

- protagonista Gaspar
- acción tiene el mejor jean y
el mejor par
- | social |
- | (con arreglo a fines económicos)

3.— Descripción

El hecho no tiene un tiempo, pero si podemos explicar sus elementos. Por otra parte integra el aviso un pantalón al que denomina jean, nombre muy actual “de onda” para anunciar esta prenda.

La confección del jean es también, del estilo que está de moda. Por otra parte, los zapatos que también muestra, mocasin con tacón, plataforma, al que no le llaman zapato, sino “par”.

También es posible explicar el protagonista “Gaspar” lugar donde pueden adquirirse los elementos antes mencionados, incluso se anuncia el domicilio del local.

Otro elemento, y el más importante es la juventud, sabemos que puede usar jean y zapatos de estilo moderno, porque tiene un nuevo modo de vestir.

4.— Explicación

La imposibilidad de determinar el hecho central del aviso nos impide aplicar esta operación, que comprende la relación de causa a efecto. Sólo podemos deducir que “Gaspar” tiene el mejor jean y el mejor par, porque la juventud tiene un modo distinto de vivir.

D.— Análisis de las unidades estructurales

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 1

“Aquí esta la pinta de Gaspar”

1.— Componentes semánticos

— Actor:	“la pinta”	(/ Ansd C /)
	· no personal	
	· singular	
	· determinado	
— Cualidad:	“aquí está” “Gaspar”	

El actor, en este caso “la pinta” es no personal, porque no se refiere a una persona. La cualidad, el verbo “estar” es un predicado estático y se imputa al actor, además se considera cualidad de Gaspar porque indica una característica del actor “pinta”. El verbo denota estado permanente. Esa es la razón por la cual se considera cualidad. No tiene aspecto, por carecer de función (no hay en la oración un predicado dinámico).

2.— Serie visual no lingüística

La imagen que acompaña a esta unidad como a las restantes, corresponde a la especificación de la placa, según figura en la “Descripción del aviso” (ver supra).

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 2

“Tu mejor jean”

1.— Componentes semánticos

— Actor:	“jean”	(/ Ansd C /)
	· no personal	
	· singular	
	· determinado	
— Cualidad:	“mejor”	

El actor en este caso, es no personal porque no se refiere a una persona sino a una cosa. La cualidad “mejor”, comprende a un adjetivo que sólo puede usarse dentro del predicado acompañado por un verbo que denote permanencia como en el caso anterior. Aspecto no se especifica porque no hay función.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 3

“Tu mejor par”

1.--- Componentes semánticos

- | | |
|--|--------------|
| <ul style="list-style-type: none">— Actor: “par”<ul style="list-style-type: none">. no personal. singular. determinado— Cualidad: “mejor” | (/ Ansd C /) |
|--|--------------|

El actor en este caso no personal, al no tener predicado dinámico no posee función, por lo tanto, “mejor” es una cualidad del actor.

UNIDAD ESTRUCTURAL N° 4

“Es todo para la juventud que tiene un modo distinto de vestir, vivir y calzar”.

1.— Componentes semánticos

- | | |
|---|---------------------------|
| <ul style="list-style-type: none">— Actor: “la juventud”<ul style="list-style-type: none">. personal. singular. determinado— Cualidad: “es todo”— Función: “tiene”— Actor: “modo”<ul style="list-style-type: none">. no personal. singular. determinado— Cualidad: “distinto de vestir, vivir y calzar” | (/ Apsd C ---)- Ansd C /) |
|---|---------------------------|

Esta unidad estructural, posee dos actores, donde uno es fuente y otro es destino, la función se corresponde con ambos actores, en este caso es “tener”.

UNIDAD ESTRUCTURAL Nº 5

“Gaspar, Tucumán 134 sur”

1.— Componentes semánticos

- | | | |
|--------------|-------------------|--------------|
| — Actor: | “Gaspar” | |
| | . no personal | |
| | . singular | |
| | . determinado | |
| -- Cualidad: | “Tucumán 134 sur” | (/ Ansd C /) |

A primera vista podría clasificarse a la mención del domicilio como un aspecto, pero éste sólo puede ser aplicado a un predicado dinámico (función), como no lo tiene, sólo es cualidad del actor. “Tucumán 134 sur”, nos aporta un dato más del actor (Gaspar).

(CONTINUARA)

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 1976

CIESPAL

