

PANORAMA SOBRE LA INVESTIGACION  
EN COMUNICACION  
EN AMERICA LATINA

En los estudios sobre comunicación no se -- puede hablar, en América Latina, de una larga tradición de investigación, sobre los medios y, en algunos casos, ni a un sistema ordenado de métodos científicos suficientemente contrastados. En relación con otras áreas universitarias, las investigaciones sobre comunicaciones de masas constituyen una actividad científica de origen reciente. Mucho más reciente es esto en la América Latina. Hay que reconocer que, a finales del pasado siglo, en las Universidades alemanas se estudiaban ya los periódicos con el ánimo de rescatarlos del papel puramente auxiliar que representaban en el marco de las investigaciones históricas o documentalistas, pero tenemos que reconocer que hasta los años treinta del actual siglo no se registraron los primeros auténticos avances en este campo de conocimientos.

De todas formas esto no significa que hoy -

nos encontremos en una fase avanzada. Concretamente, y esto es a nivel mundial en el campo puramente metodológico existe una gran dispersión y se echa de menos en todas partes un método universalmente aceptado. Lo que ha ocurrido es que la sistematización de los estudios relativos a comunicaciones - se han basado en los hallazgos y los métodos parciales experimentados por las grandes escuelas científicas (en los Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Alemania y la URSS o en algunas instituciones, como el Instituto Internacional de Prensa, la UNESCO... etc.). Por la acumulación y posterior selección de los métodos empleados por diferentes investigadores ante distintos problemas que presenta la comunicación y en situaciones singulares se ha podido formular un sistema coherente y completo que se ha traspasado, mal que bien, a nuestro contexto muy preciso y particular y por ende las Escuelas de Comunicación Social lo han adoptado como los únicos métodos de investigación válidos y certeros.

Del estudio de todas las escuelas, tendencias y corrientes científicas dedicadas de una forma casi exclusiva o marginal al estudio concreto de los medios de comunicación, podemos nosotros sacar en claro cuál de ellos, de los métodos y técnicas empleados, se comportan en nuestro medio y se debe prescindir de aquellos que no se comporten de acuerdo al contexto socio-político en que América Latina se mueve.

Los años treinta de nuestro siglo son definitivos para el desarrollo de lo que hoy denominamos análisis

de medios. La plena vigencia en esta época de la escuela alemana, coincide con la fundación del Instituto Francés - de Prensa - en el que llegaron a trabajar científicos de la talla de Jacques Kayser y Fernand Terrou- y con la incorporación del análisis de contenido a las actividades de la investigación norteamericanas. Hay que advertir que se trataba de tres fenómenos contemporáneos pero al mismo tiempo absolutamente aislados y divergentes. Mientras las aportaciones alemanas no descendían del nivel puramente teórico y sólo eran conocidas en la vieja Europa, las norteamericanas, por el contrario, se movieron desde un principio no sólo dentro del campo del pragmatismo, sino que supieron introducirse en las escuelas universitarias y en los institutos de América Latina.

Es en los años treinta cuando surgen algunas investigaciones en el área comunicacional. La clásica fórmula de Lasswell repetida durante muchos años en nuestras escuelas de periodismo, y aquí en el caso venezolano sucede todavía, y basada en el "quien dice qué, en qué medio, a quién y con qué efecto", dió pie a muchos campos en la investigación. Así surgieron los Análisis de Contenido, los Análisis de Control, los Análisis de Medios, los Análisis de Audiencia, y los Análisis de Efectos. Unos años más tarde, gracias a las nuevas aportaciones -principalmente de los estructuralistas- se demuestra que la clásica fórmula de Lasswell ya está superada. Se demuestra que el avance

de los métodos de investigación en comunicación se logran -- cuando existe y se da una estrecha colaboración interdisci-- plinaria.

A partir de las experiencias americanas se -- extendió por todo el mundo, y aún hoy los métodos de análi-- sis surgidos en la América del Norte son empleados preferen-- temente, no sólo en el análisis sobre la comunicación sino -- también los distintos esquemas de análisis y estudios de la sociología moderna. En este orden de ideas es conveniente -- señalar aquellos métodos de investigación que surgen en los Estados Unidos y su inserción en el campo concreto de los - estudios de comunicación en América Latina....

1) El "content analysis": Se inicia en el año de 1930 y aún hoy día algunas escuelas de América Latina lo emplean. Concretamente en el caso venezolano. Se inicia - fundamentalmente con Harold Lasswell y sus colaboradores. En todos sus planteamientos metodológicos puede observarse un - interés especial en lograr que el análisis parta de unos su-- puestos puramente objetivos. Se interesa en la personalidad, la definición y las características del medio y en los conte-- nidos del medio en el mensaje. Para los hombres del "content analysis" era preciso estudiar el contenido en los distintos medios de comunicación y aislarlo con respecto de los suje-- tos agentes y de los receptores. La especialización era ex-- cesiva.

2) El "frequency content analysis": Algunos -

de los críticos del "content analysis" cayeron, sin embargo, en otro tipo de especializaciones metodológicas. La escuela paralela del "frequency content analysis", basada en el cálculo de frecuencias y es hoy muy criticada. Consiste en aislar los elementos denominados items (palabras, símbolos, estereotipos, slogans, temas, tiempos de silencio y de publicidad... etc.) y se procedía a una contabilización de sus grados de frecuencia. Este es un método que también se usa mucho en nuestras Escuelas de Comunicación Social. Sus resultados, y esto es una crítica, son muy pobres, ya que no permite el avance hacia nuevas hipótesis de trabajo y, sobre todo, de diseccionar simplemente los items de un mensaje en detrimento de la atención que merece un contexto que, generalmente, modifica el sentido de lo expresado.

Otra aportación importante es la de Abraham Moles en este campo de la investigación. El panorama de investigación francesa en relación con los medios de comunicación no se agota en estos esquemas norteamericanos. Ellos también parten desde ese contexto, pero han sabido ir más allá. Al abrigo del "Centre d'études des Communications de Masse" y de la revista "Communications" ha trabajado activamente a lo largo de estos últimos años. Esta escuela francesa está haciendo aportaciones más o menos importantes para la investigación de la comunicación y es de ahí de donde, en los actuales momentos, surgen dos tendencias nuevas en la América Latina. Una tendencia que se mantiene apegada -

al modelo francés y la otra que hace tiempo se desligó de ella. Pero también hay que advertir que en nuestras Escuelas de Comunicación de aquí de Venezuela no se ha adoptado ninguna de ellas. Seguimos enseñando los viejos esquemas de los norteamericanos.

### LOS DOS METODOS QUE SE PRESENTAN EN AMERICA LATINA

La escuela de los estructuralistas franceses no constituye un caso aislado de preocupación creciente por las estructuras y los mecanismos de los medios de comunicación, sino que forma parte de un fenómeno que alcanzó dimensiones mundiales a lo largo de los años de 1960. Es en estos años cuando coinciden en un mismo objeto de estudio hombres formados en distintas ramas de las ciencias y movidos por diferentes ideologías. De aquí, de la Escuela Francesa, surgen un Eliseo Verón en Argentina y el Grupo de Armand Matelart en Chile. El primero de ellos dirige una revista que se fundamenta en el campo concreto de la investigación sobre comunicación y siguiendo una línea semiológica-estructuralista. Esta revista lleva por nombre el de "Lenguajes" y a través de ella se explicitan los instrumentos de investigación que siguen los colaboradores y seguidores de esta tendencia. El segundo grupo, hoy fuera de Chile después del derrocamiento de Salvador Allende, lleva una revista de nombre "Comunicación y Cultura" que también intenta mostrar "sus métodos propios de investigación". Entre ambos grupos surgen divergencias, pero son las manifestaciones más reales y concretas

que se están dando en el campo de la investigación sobre co  
municación en América Latina. Estudiemos ambos esquemas:

1.- La Revista "Lenguajes". Tenemos que co-  
menzar por hablar de Eliseo Verón y los del "Torcuato Di Te  
lla". Constituyen un grupo de investigadores interdiscipli  
nario argentino. Se trata de Eliseo Verón, Oscar Masotta,  
Luis Prieto, Carlos Sluzki, y otros nombres. Sus esfuerzos  
por ordenar una ciencia de la comunicación social tiene un  
notable interés. Por otra parte, los experimentos de Eli-  
seo Verón con la "semantización de la violencia política" -  
abrieron el camino para un tipo de análisis de medios que -  
pretende descubrir los mecanismos ideológicos que operan en  
distintos niveles y en distintas fases del proceso de la co  
municación. Los esquemas del norteamericano Kayser se dete-  
nían en la pura verificación de unos datos ciertos y que en  
Violette Morin alcanzaron a localizar las unidades signifi-  
cativas. Pero con el Grupo de Semiología de la Escuela Ar-  
gentina, con Eliseo Verón al frente de ella, se consigue la  
frontera del diagnóstico. Por el método del análisis estruc-  
turalista Verón consigue diferenciar y al propio tiempo in-  
terrelacionar los sistemas ideológicos que en el nivel de  
la metacomunicación actúan sobre dos medios de comunicación  
aparentemente divergentes. Intenta demostrar, con sus es-  
quemas, que distintos aspectos del mismo complejo ideológi-  
co se transmiten a través de los medios y por la clase domi-  
nante de la sociedad.

Este grupo señala que "darán una importancia

particular a las llamadas "comunicaciones masivas" y que intentan estudiarlas dentro del campo de la "Sociología de la cultura". Ellos van más allá del simple esquema de comunicación enseñado en los cursos de las universidades norteamericanas y latinoamericanas, intentan estudiar e investigar la producción social de la significación, "es porque pensamos - que la significación (los lenguajes, los mensajes, la comunicación o como se prefiera) no puede ser separado del funcionamiento de la sociedad en su conjunto y, más específicamente, de la producción social, del modo de producción". El -- problema, tal como lo plantea este grupo, está en determinar cómo debe ser pensado ese vínculo entre los fenómenos "cultu-- rales" y los otros aspectos de la sociedad, en particular -- los procesos de cambio a nivel económico y político.

De esta esquemática descripción es necesario extraer, a nuestro juicio, varias conclusiones importantes. El grupo de Eliseo Verón intenta establecer, en el campo específico de las investigaciones sobre comunicación, las si-- guientes premisas:

1) Rigor teórico: se necesita asegurar las con-- diciones de una efectiva producción de conocimientos.

2) Reconocimiento de que los conocimientos que se puedan producir resultarán siempre, en virtud de las deter-- minaciones del sistema capitalista, comprometidos y obstacu-- lizados, fragmentados y envueltos en la corteza ideológica - reduccionista del mismo sistema.

3) Necesidad, por lo tanto, de una tarea crí--

tica político-ideológica que asegure el cumplimiento de obtener un verdadero y necesario rigor teórico en nuestras investigaciones.

4) Reconocimiento de la especificidad histórica de los países del Tercer Mundo en su combate por la liberación, especificidad que puede hacer posible, con el avance de las luchas populares y la emergencia de nuevas formas de cultura.

Con estas premisas la Revista Lenguajes propone estimular un esquema de investigación que vaya más allá de las simples comprobaciones de tipo cuantitativo. La influencia del estructuralismo en este grupo es evidente. -- Ellos comienzan a difundir las primeras versiones de la semiología, como un desarrollo distinto y a la vez muy unido del estructuralismo. En ellos se observa que la naciente semiología aplicada a las investigaciones sobre los medios está enmarcada dentro de las tesis estructuralistas de Lévi-Strauss. Por este camino que emprende la Revista Lenguajes llegan al punto que, finalmente, constituye el núcleo del esquema de investigación que este grupo presenta. Ellos -- parten que para el desarrollo de una sociología de la comunicación debe hacerse a partir del mensaje y de su posterior análisis, y en este nivel es donde se concentran los problemas metodológicos y teóricos pertinentes a la investigación sobre comunicación. "Está claro que eso no implica restringir la perspectiva sociológica a ese solo campo. Se puede, se debe, hacer sociología -buena sociología- examinando las

otras dimensiones del proceso de comunicación, relativas a los diversos componentes de la organización social que, desde el exterior, condicionan la producción, difusión y consumo en gran escala de los mensajes". El argumento, en esencia, es que el trabajo en este plano puede ser muy buena sociología, pero no es sociología de la comunicación.

Con esta breve introducción la Revista Lenguajes nos presenta su esquema de análisis de la comunicación...

1) Las nociones básicas que orientan las versiones dominantes del análisis sociológico de la comunicación y de la cultura en las sociedades contemporáneas carecen de valor teórico, porque corresponden a la incorporación acrítica de nociones oriundas de contextos claramente ideológicos.

2) En consonancia con esto, las concepciones de la sociedad subyacentes en el uso de esas nociones también son más ideológicas que teóricas; es decir, reproducen la realidad en lugar de trascenderla explicativamente.

3) Los procesos comunicativos y culturales en gran escala en las sociedades contemporáneas no pueden analizarse únicamente en términos de la difusión y el consumo de bienes culturales, ni sobre la base del estudio de los grupos sociales insertos en ese proceso. Tales áreas son precisamente las que requieren un análisis en profundidad, constituyendo por lo tanto un aspecto del problema y no el objeto específico de estudio.

4) La categoría teórica básica para el análisis de la comunicación y de la cultura es la ideología. - El análisis debe concentrarse en las condiciones de producción de una modalidad específica de manifestación ideológica, y en el modo en que esa producción se refleja en sus productos.

5) De donde se sigue que el análisis no puede tomar como punto de partida los mecanismos del mercado - en el área cultural, sino que debe examinar cómo se constituyen, simultáneamente, los bienes culturales en cuanto mercancías, y sus consumidores.

6) Tomados los bienes culturales como mercancías, el análisis debe concentrarse en ellas, para considerarlas simultáneamente como resultados de una modalidad dada de producción y como condicionantes de modalidades correspondientes de consumo.

7) De donde se deduce que el análisis sociológico de la comunicación y de la cultura debe operar en el nivel de los mensajes producidos y difundidos en gran escala en nuestras sociedades.

8) El análisis de la comunicación debe ser inmanente a aquello que es comunicado -los mensajes-, y las inferencias sociológicamente relevantes sólo pueden formularse a través del uso sistemático de la categoría ideológica.

9) En consecuencia, las bases de una teoría sociológica de la comunicación están dadas por el análisis - de los mensajes, considerados como componentes de sistemas - ideológicos que remiten a los determinantes más profundos de su consumo y manifestación.

10) De esto se deriva la convicción de que la investigación de la comunicación encuentra en esos términos sus condiciones de legitimidad científica.

2.- La Revista "Comunicación y Cultura". Este grupo está representado fundamentalmente por los conocidos autores Armand Mattelart, Hugo Assmann y Héctor Schmucler. Ellos mismos afirman que "hasta ahora sabemos que no nos interesa investigar en comunicación masiva desde dos perspectivas más frecuentes: a) la que se ofrece como legitimación de la actual estructura social, para la cual los medios masivos deben cumplir un papel regulador de la sociedad y en esa medida ser instrumento de la hegemonía de los sectores dominantes; b) la que se postula como "develadora" de la ideología de los mensajes pero prescinde de la circunstancia político-social en que ese mensaje se inscribe".

Ellos mismos se formulan esta interrogante: "Investigar entonces, ¿por qué y para qué?" Así llegan a establecer su esquema de investigación...

1. ¿Cuál es el papel que realmente cumplen - los medios masivos de comunicación? ¿Es posible señalar una

función universalmente válida? La condición dependiente de gran parte de nuestra cultura explica que se siga repitiendo algunas afirmaciones que requieren verificación en cada circunstancia. Aquí se debe hacer énfasis en aquellas circunstancias de tipo político-social que cada país vive y que por ende los mensajes estarán imbuidos de esas características que fijan esas circunstancias.

2. Es preciso diferenciar distintos mensajes que se presentan a un mismo receptor que posee niveles diversos de experiencias, pues la capacidad de convicción de los medios está estrechamente ligada a los varios planos ideológicos que conviven en un receptor único. En el momento de la decodificación, cuando la significación surge, se pone en contradicción o no el sistema de codificación del emisor con las condiciones de decodificación del receptor. El "poder" de los medios puede ser nulo e incluso revertirse en la medida que el mensaje es "recodificado" y sirve de confirmación del propio código de lectura.

3. De lo anterior se deduce que, según nuestro criterio, es inútil comenzar el estudio por el mensaje. (lo que no descarta su análisis), que es preciso buscar en las condiciones de recepción de ese mensaje para obtener datos reales sobre su significación y que esas condiciones -- tienen sustancialmente un referente político.

4. Consecuentemente, cualquier investigación que intente ser útil deberá partir de la situación socio-económica en que el mensaje circula. La situación política del

receptor condicionará la acción (significación) del medio. La caracterización económica del propio medio ofrecerá pistas útiles para entender las razones que determinan la emisión de uno u otro mensaje. Política y economía constituyen la estructura donde se instala el llamado "comunicador" y - que establece el condicionamiento para la producción de mensajes.

5. Cuando afirmamos la "utilidad" de investigación presuponemos un para algo o alguien. Concebidos - los medios masivos como instrumentos de transmisión de ideología, es fácil deducir que concebimos su acción en el campo de la lucha que atraviesa la actividad humana. La investigación que tiende a comprender el lugar de los medios en ese proceso, se integra, pues, a la batalla ideológica.

6. Así definida, la investigación sobre los medios masivos de comunicación adquiere un carácter estrictamente instrumental que presupone la posibilidad de utilizar las formas de comunicación masiva en uno u otro sentido. Según este criterio el marco de la investigación queda definido por las necesidades del nivel de desarrollo de la conciencia popular dentro de un proyecto general. Los corolarios de una tal posición son diversos:

a) El punto de partida para investigar en - los medios masivos de comunicación es un proyecto político-cultural al servicio del cual se intenta colocar la comunicación masiva;

b) El instrumental (metodología) a utilizar

depende del objetivo a conseguir. Esto no significa que -- creamos en la neutralidad de los métodos, sino por el contrario, en la absoluta pertinencia de algunos de ellos o de va-rios a la vez en función del objetivo señalado;

c) La aceptación de los medios como producto natural del desarrollo tecnológico enmascara una falacia, - pues siempre son instrumentales a un proyecto de sociedad. - Su utilización, modificación o negociación, depende del pro-yecto que respalda la construcción de otra sociedad;

d) Todo utopismo izquierdista sobre la modifi-cación de los medios, que no tenga presente la correlación - de fuerzas actuantes en el ámbito social o que preconice -- "ideales" al margen de la experiencia del pueblo, está llama-do no sólo a fracasar, sino a reforzar las instituciones vi-gentes;

e) La definición del objeto de investigación, que caracteriza una de las facetas constitutivas de toda -- ciencia de acuerdo a los criterios en vigencia, no cristali-za, en nuestro caso, en un corpus determinado. El objeto en estudio es más bien una función: la circulación de ideología en condiciones particulares de decodificación. El objeto, - por lo tanto, se va elaborando de acuerdo al proyecto políti-co-cultural que lo define.

M. B. E.

---