

**Escuelas de
Comu-Social**

7 comunicación

SUMARIO

PRESENTACION.....2

ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL

- Escuelas, investigación y cambio social en América Latina.....4
- Las Escuelas de Comunicación Social en América Latina..... 16
- Reportaje sobre una Escuela, la de la UCAB.....26
- Los egresados de Comunicación Social y las fuentes de trabajo.....35

DOCUMENTOS

- Introducción.....43
- Tendencias de los estudios latinoamericanos en el análisis de los medios masivos.....49
- Panorama sobre la investigación en comunicación en América Latina.....62
- Documento de Costa Rica.....77

GUIA BIBLIOGRAFICA

- "Simplemente María y su repercusión entre las clases trabajadoras" (Manuel Campo J.)....89
- "Periodismo, información y control de masas en el pensamiento de Antonio Gramsci" (J. Carlos Hernández).....92

INFORMACIONES.....96

PRESENTACION

Abordamos en este número de nuestro boletín el tema de las Escuelas de Comunicación Social. Y lo abordamos con conciencia plena de su importancia y de su dificultad.

Cabría pensar que las Escuelas de Comunicación, muy abundantes en América Latina, son el factor decisivo en el desarrollo comunicacional del Continente. Constatamos, por otra parte, que ese desarrollo es, en realidad, demasiado lento y ambiguo. Esto nos lleva a pensar que deben existir unas causas profundas que impiden el que las Escuelas puedan cumplir su verdadero cometido. Nuestro esfuerzo se ha dirigido esta vez a investigar esas causas y a indagar en posibles nuevas alternativas. El eje que ha servido de guía en nuestra búsqueda está formado por las estrechas, pero complejas, relaciones entre los siguientes elementos: 1) Situación sociopolítica global, 2) Situación comunicacional global, 3) Tendencias investigativas, 4) Escuelas de Comunicación.

A los trabajos de más peso acompañan una serie de reportajes o sondeos de opinión que, junto con algunos cuadros estadísticos, tratan de ilustrar la situación real, cuantitativa y cualitativa, de las Escuelas latinoamericanas en general y de las venezolanas en particular. En nuestra sección bibliográfica incluimos la recensión de algunos libros que pueden servir de soporte a los temas tratados.

En la medida de lo posible, desde nuestra sección "Informaciones", procuramos seguir de cerca y comentar acontecimientos actuales que afectan al mundo de las comunicaciones. Esto no nos resulta nada fácil, si se tiene en cuenta, por una parte, el carácter bimensual del boletín, y, por otra parte, que el mismo no estuvo nunca concebido como órgano propiamente informativo.

Trabajamos actualmente en la elaboración del número correspondiente a junio, que estará dedicado al tema de la Ética de la Comunicación. Consideramos que el presente número dedicado a las Escuelas encontrará en aquél un necesario complemento. Las causas de la enorme dificultad práctica para el cumplimiento de una Ética de la Comunicación tienen mucho que ver con las causas de la relativa infecundidad de nuestras Escuelas de Comunicación.

Abril 1976

ESCUELAS, INVESTIGACION Y CAMBIO SOCIAL
EN AMERICA LATINA

Las reflexiones que siguen están inspiradas todas por el tema que sirve de base principal al presente número de "Comunicación". Las mismas tratan, sin embargo, de situar el tema de las Escuelas latinoamericanas de Comunicación en un contexto mucho más amplio.

Es importante dejar sentado desde el principio y para mejor comprender el significado y alcance del presente ensayo, que existe y debe existir una estrecha vinculación entre la concepción y estructura de determinada Escuela de Comunicación y la metodología de investigación sobre el fenómeno de la comunicación prevalente en el espacio y tiempo en que aquella Escuela se ubica. Por otra parte, existe también, de hecho, una estrecha vinculación entre la prevalencia de una determinada metodología de investigación sobre el fenómeno de la comunicación y las estructuras sociopolíticas vigentes en un tiempo y espacio determinados.

La primera vinculación existe y debe existir. Toda Escuela que pretende ser universitaria debe estar con-

cebida y estructurada sobre el soporte de la investigación. Parece evidente. La segunda vinculación existe de hecho, pero es importante que deje de existir, en el sentido que luego se dirá, si queremos sacar a la investigación y a las Escuelas de Comunicación del punto muerto en que actualmente se encuentran. Precisamente esa propuesta de ruptura es el tema del presente ensayo.

Las investigaciones latinoamericanas sobre comunicación social han estado vinculadas hasta el presente, - casi en su totalidad, al sistema sociopolítico y a su correspondiente subsistema comunicacional vigentes. Y lo han estado tanto las investigaciones conscientemente acriticas -lo cual es obvio- como -y esto es grave- las pretendidamente críticas. Las primeras se han orientado casi exclusivamente hacía análisis de tipo cuantitativo, inspiradas en una sociología norteamericana y funcionalista. Las segundas, inspira--das en una sociología europea o marxista, han venido estando orientadas al análisis cualitativo de los medios de comunicación de masas dentro del actual sistema. Este análisis cualitativo ha estado orientado, a su vez, o bien a la investigación de las estructuras de propiedad de los medios y su relación con la publicidad o bien a hacer patentes las connotaciones ideológicas subyacentes a los mensajes transmitidos a través de los mismos. En ambos casos, las investigaciones - -y esto es lo importante de señalar aquí- se han planteado - en referencia, crítica o acritica, al sistema comunicacional

establecido.

Las investigaciones latinoamericanas de tipo crítico y cualitativo han pretendido, con mejor o peor resultado, denunciar un sistema comunicacional que no es sino el subsistema del sistema global sociopolítico, capitalista y dependiente. Esa denuncia ha estado orientada a desarticular ese subsistema con vistas a contribuir así a una eventual destrucción de aquel sistema global. Podría decirse - que se trataba de una investigación militante, usada como arma política.

Esa metodología ha cumplido un papel positivo, pero, a medida que pasa el tiempo, van quedando en evidencia sus propias limitaciones y su misma relativa infecundidad política. Ello se debe a dos errores fundamentales. El primero es presuponer que América Latina es un continente cuantitativa y cualitativamente comunicado -aunque con mensajes nocivos- a través de los grandes medios de comunicación de masas. El segundo es haberse colocado en una posición "reaccionaria", todo lo crítica que se quiera pero - en definitiva dependiente del sistema criticado.

Se intenta sugerir a continuación una nueva alternativa metodológica, sobre bases y presupuestos distintos. Estas sugerencias parten del presupuesto de que actualmente América Latina es un continente fundamentalmente inco-
municado, marginado de los patrones comunicacionales que tratan de imponer los grandes medios. No se puede olvidar, por

ejemplo, que el 80% de los latinoamericanos nunca han visto un diario. Estudios realizados por IICA en 1963 demostraron que el 90% de los campesinos que viven a corta distancia de Recife no sabían que el principal producto de exportación del Brasil era el café; y para el 80% la palabra "democracia" no tenía absolutamente ningún sentido. La situación de incomunicación es particularmente aguda cuando se piensa en las zonas de refugio de Ecuador, Perú y Bolivia. Los grandes medios no llegan a las mayorías latinoamericanas, y cuando llegan, lo hacen unidireccionalmente y con mensajes superficiales que no afectan todavía al núcleo cultural propio de nuestros pueblos. Hay grandes estratos sociales que, aunque reciban alguna información, permanecen fundamentalmente impermeables en lo que respecta a la asimilación de los mensajes culturales o pseudoculturales que se generan en otros sectores, los dominantes. A estos estratos sociales incomunicados o relativamente impermeables al mensaje es a quienes se califica como "grupos marginales" en el presente trabajo. Estos "grupos marginales" componen probablemente la mayoría de -- nuestras poblaciones.

Aunque, como se dirá en el párrafo siguiente, la primera tarea del modelo de investigación sugerido en el presente trabajo es precisamente la de verificar la hipótesis de la existencia e identificar a esos "grupos marginales", conviene dejar hechas ya algunas precisiones elementales para evitar confusiones. Es importante subrayar que aquí se -

utiliza esa expresión en un sentido no habitual. El concepto de "marginalidad" ha solido ser utilizado, al menos dentro del campo de una cierta e importante sociología latinoamericana, para dar cuenta de la manera indirecta, fragmentaria e inestable de inserción, a que son sometidos crecientes segmentos de población, en las tendencias que el modo de producción capitalista asume actualmente como dominantes; y, como consecuencia de lo cual, esos segmentos pasan a ocupar el nivel más dominado del orden social en su conjunto. La segregación ocupacional sería pues la dimensión fundante o determinante (no excluyente, sino interactuada con elementos como el cultural, habitacional, etc.) de esos sectores marginales de población. Las fronteras de los "grupos marginales" en comunicación, a que nos referimos en el presente ensayo, no tienen por qué coincidir exactamente con las fronteras de los grupos que son marginados en un sentido ocupacional-laboral. El subsistema comunicacional no tiene las mismas características, no opera de la misma manera, ni tiene los mismos efectos que el sistema económico global del que deriva y al que, de todas maneras, sirve. Por una compleja serie de razones, que no es el momento de detallar, en América Latina ni todos los grupos o personas establemente integrados al modo capitalista de producción están integrados en el mismo grado al sistema masivo de comunicación, ni tampoco todos los grupos o personas establemente marginados de esas ocupaciones productivas son en el mismo grado marginados, al menos como sujetos pasivos, de la comunica--

ción masiva.

Si es cierto el presupuesto de la existencia de un amplio margen de grupos total o parcialmente incomunicados en referencia al sistema vigente y dominante de comunicación de masas, la metodología de nuestras investigaciones debería dar un giro de 180 grados. Las mismas podrían orientarse, primero, a identificar a esos "grupos marginales". Se trataría, después, de estudiar la estructura comunicacional autóctona que es realmente operativa dentro de esos mismos grupos. Habría, finalmente, que contribuir con la investigación a la creación o perfeccionamiento de medios de comunicación adaptados a su realidad.

Potenciar las estructuras y medios comunicativos marginales autóctonos es, indirectamente, denunciar y tratar de destruir las estructuras impuestas y opresoras, pero es, también y sobre todo, empezar a construir simultáneamente, desde la vertiente comunicacional, una sociedad diferente. Esa construcción supone el rescate progresivo y sistemático de las virtualidades comunicativas originales y latentes en la médula cultural de nuestros pueblos. Las investigaciones quedarían así vinculadas no al sistema comunicacional dominante, sino al dominado. Esa nueva metodología sugerida es quizás la única radicalmente independiente y, por tanto, la que mejor asume la teoría de la dependencia. Es necesario que se den ya cambios, parciales pero radicales, sin esperar a que se de como por arte de magia el cam-

bio social global. Cabría añadir que así se estarían preparando unos esquemas de política comunicacional, validados por la experiencia, que podrían servir de base para implementar a gran escala esa misma política una vez que llegara a darse el cambio social global. En este sentido, la triste experiencia de Chile bajo el régimen de Allende es aleccionadora. El pueblo en el poder no está en capacidad de improvisar, de la noche a la mañana, un nuevo sistema de comunicaciones sociales.

Es conveniente hacer todavía algunas consideraciones que se derivan de todo lo anteriormente expuesto y que, por otra parte, pueden contribuir a esclarecerlo y precisarlo, para pasar finalmente a señalar lo que ello implica a la hora de concebir o modificar la concepción de nuestras Escuelas de Comunicación que, como queda dicho, deberían estar estrechamente vinculadas a la metodología de investigación de la comunicación que en cada momento y lugar se considere la más apropiada.

Las investigaciones sobre comunicación en América Latina deberían afianzarse en la línea de una sociología de la comunicación. Pero entendida más como microsociología que como macrosociología (aunque la primera siempre deberá estar encuadrada en el marco referencial que facilitan las conclusiones de la segunda). Al sociólogo le tocará identificar a esos "grupos marginales" e investigar su peculiar estructura comunicacional. Al comunicador social

le corresponderá investigar -junto con el sociólogo- la estructura comunicacional de determinado grupo y, específicamente, ayudar a crear o perfeccionar medios adaptados a la estructura y dinámica comunicativa del grupo respectivo. Obviamente habrá tantos objetos materiales de investigación -cuantos sean los "grupos marginales" (o tipos de grupos) diferenciados que hayan llegado a identificarse. Sería deseable que, a corto o mediano plazo, fueran los mismos comunicadores quienes estuvieran capacitados para asumir todas las tareas que implica una sociología de la comunicación así concebida.

Este tipo de investigación facilitaría enormemente el implemento de planes de educación popular, para el desarrollo de la conciencia social y política de nuestros pueblos. Toda educación supone el conocimiento previo del encuadre en la sociedad global, estructura interna y signos utilizables e inteligibles de cada grupo educando. Es un error, por ejemplo, aplicar la misma metodología pedagógica y concientizadora a un grupo de familias campesinas que viven y trabajan dentro de una hacienda de propiedad ajena que a un grupo específico de familias que habitan dentro de una gran ciudad y trabajan en servicios públicos. Las investigaciones en comunicación, concebidas como se conciben en este ensayo, serían pues un soporte de valor incalculable para un nuevo modo de concebir la política educativa y la educación política. La educación, en cualquier caso, no es sino una -

forma de comunicación. Evidentemente -y para no incurrir en atomizaciones disolventes- este trabajo investigativo debería estar articulado, de una u otra manera, con los esfuerzos organizados que en el mismo sentido llevan ya adelante diferentes grupos o movimientos políticos.

Cae de su peso que una de las finalidades o presupuestos de este enfoque investigativo es empezar a concebir a las grandes mayorías latinoamericanas como simultáneamente emisoras y receptoras de mensajes y sacarlas así -de la incomunicación (porque son sólo receptoras o porque -ni siquiera son receptoras) en la que están actualmente sumidas. Se trataría de enfocar los estudios de comunicación -hasta ahora concebidos como "de masas"- como estudios de -comunicación propiamente "social".

A estas prioridades investigativas deberían adaptarse, como queda dicho repetidamente, las Escuelas latinoamericanas de Comunicación, tanto en su estructura académica como en el contenido y orientación de las distintas especialidades y materias de estudio. De esta manera seguramente se las sacaría del callejón sin salida por el que -transitan actualmente la mayoría de ellas, colocadas ante el falso dilema de o bien adaptarse servilmente a los requerimientos del mercado de trabajo que ofrece el sistema capitalista (Escuelas sin investigación o con investigación de tipo cuantitativo y funcional) o bien declararse simplemente contestatarias mientras, en definitiva, se adaptan tam--

bién a aquel mismo sistema (Escuelas con investigación de tipo cualitativo, pero meramente crítico).

Una Escuela vehiculada por y para el tipo de investigación aquí propuesto destruiría simultáneamente varios mitos actuales aparentemente intocables. Destruiría, - por ejemplo, el mito que reduce los medios de comunicación únicamente a los que se conocen como "grandes medios" (cine, prensa, radio y televisión) e impulsaría la creación o mejor aprovechamiento de "pequeños medios". También fomentaría la utilización de los grandes medios en formas no convencionales.

Una Escuela así concebida destruiría asimismo el clásico y rígido esquema de especialidades dentro de la - carrera: prensa, audiovisuales, publicidad y relaciones públicas. En realidad, habría que obviar todo esquema demasiado rígido. Los esquemas, probablemente siempre provisionales, vendrían dados en todo momento por la realidad misma investigada, realidad que en América Latina es particularmente variada y dinámica. Destruiría, finalmente, la peligrosa dicotomía entre teoría y práctica y la no menos peligrosa y absurda dicotomía entre materias humanísticas y materias técnicas. El "trabajo de campo" pasaría a ser la columna vertebral de la nueva Escuela. Y el "trabajo de campo" trasciende esos maniqueísmos desintegradores de la realidad y desintegradores también del alumno, futuro profesional.

No se puede dejar de apuntar que una Escuela de Comunicación de este tipo lograría lo que no ha podido lo

grar la Escuela tradicional: la integración natural del estudiante universitario en la vida real de su país respectivo. Al privar la investigación de campo sobre la investigación libresca, el alumno estudiaría su carrera en permanente y sistemática actitud de comunicación con el medio real. No estudiaría en abstracto. Estudiar en abstracto es trabajar siempre, consciente o inconscientemente, a favor del enemigo concreto.

Se podría objetar que los egresados de este tipo de Escuela no encontrarían puesto en el actual mercado de trabajo. Quien así argumentara estaría olvidando que el mercado de trabajo -progresivamente, aunque todavía demasiado despacio y , la mayor parte de las veces, con una política no bien definida- lo va ampliando la iniciativa del Estado en muchos países latinoamericanos. Una orientación similar y coherente de todas las Escuelas de Comunicación podría obligar, por otra parte, a la iniciativa privada misma a modificar sus propios criterios de escogencia de profesionales. En todo caso, ése no sería un problema específico de los egresados de Comunicación, sino de todo profesional que, en el actual sistema todavía dominado por el capitalismo, decide orientar su trabajo al servicio del interés de las mayorías.

Las reflexiones formuladas en este modesto ensayo son, evidentemente, muy incompletas y esquemáticas. Seguramente muchas de ellas son discutibles. Algunas proba

blemente utópicas. Lo incompleto, si es válido, puede fácilmente ser completado. Lo discutible ha sido siempre la base para el progreso del conocimiento. Lo "utópico" es la condición que abre la puerta a la realización de los cambios necesarios. Esas reflexiones sobre las Escuelas de Comunicación, en el contexto amplio y preciso en el que deben estar ubicadas, no tienen otra intención que la de suscitar un debate abierto. No tienen otra motivación que la de ayudar, desde una nueva perspectiva, a que recobre su voz esta nuestra América Latina inveteradamente silenciada y forzadamente incomunicada. La investigación y las Escuelas latinoamericanas deberían estar vinculadas, desde el presente, con la comunicación del porvenir.

J. I. R.

LAS ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL EN AMERICA LATINA

La Prehistoria (hasta 1960).

Sumamente aleccionadora ha sido la actitud tomada por las Universidades del continente latinoamericano, por fundar Escuelas de Periodismo por los años 40. A partir de esa época han de surgir en el Continente como unos - 38 centros docentes donde se imparte la enseñanza del periodismo. Centros, casi todos ellos, nacidos a la sombra de una Universidad.

La mayoría de estas Escuelas surgen con el signo de lo humanístico-cultural. Sus primeros directores -en Venezuela Acosta Saignes, Díaz Solís- son hombres que provienen del campo de las Letras o Filosofía, y que imprimirán un sello humanístico a sus respectivas escuelas.

Estas vienen a ser, en sus comienzos, departamentos o prolongación de las Escuelas tradicionales de Filosofía y Letras. Sus "pensa", por lo tanto, aparecen como una amalgama de materias de literatura, filosofía, arte, -

historia y hasta en algunas raíces griegas y latinas, comple
mentadas todas ellas con materias de corte informativo. La
orientación de la Escuela está dirigida a enseñar al alumno
cómo escribir más que sobre qué y para qué escribir.

Por otra parte, la comunicación de la socie-
dad en esta época está fundamentada primordialmente sobre el
medio impreso. Y los hombres de la empresa periodística en-
cargados de orientar esta comunicación en la sociedad, piden
y exigen en todo momento al profesional bajo sus órdenes que
reseñen y reporten el mundo insólito de la noticia. Las po-
cas páginas consagradas a la opinión, están reservadas a los
"pensadores", filósofos, literatos, hombres del Derecho o de
las Ciencias Políticas. Prácticamente son coto cerrado para
los periodistas.

De ahí el que la Escuela de Periodismo, aten-
ta a las exigencias de esa sociedad empresarial que dirige la
comunicación, oriente todos sus esfuerzos y objetivos a for-
mar ese tipo de profesional. Se pretende formar redactores;
los alumnos consumirán sus horas de prácticas ante la máqui-
na de escribir donde vierten las noticias que acaban de con-
seguir en alguna de las fuentes a donde el profesor de la ma-
teria los ha enviado. Algunos hasta se adentran y muy larga-
mente por el campo de la Técnica Gráfica. Todo aparece como
producto de la subordinación de la Escuela a los cánones que
dicta la sociedad empresarial de los medios impresos.

Y esa orientación falsa del profesional de -

la prensa tiene su honda repercusión en las leyes de colegiación que surgen en ese tiempo como muy bien lo ha demostrado el Lic. Federico Alvarez en lo que respecta a la Ley de Colegiación de Venezuela, donde el periodista "viene a ser el 'reportero' de la noticia".

Sí existe, con todo ello, un punto muy positivo a favor de las Escuelas de ese período. De estos tiempos saldrán los hombres pioneros también en la lucha por la reivindicación de los derechos gremiales. Y ellos finalmente serán los primeros en llenar las filas de las recién instituidas asociaciones periodísticas.

Dentro de este amplio contexto latinoamericano nace la Escuela de Periodismo de la UCV. Entre los años 45 y 48 hay un floreciente surgir de toda clase de medios impresos en Venezuela. Periódicos, revistas surgen por doquier con un significativo mejoramiento técnico dentro de sus páginas. Lógico había de ser también el anhelo por mejorar en el profesional de la comunicación. Dentro de esta esperanzadora realidad no se puede olvidar el nombre de Francisco J. Avilauno, de los vanguardistas en esta superación del medio.

En esas mismas circunstancias, la Universidad Central (UCV) experimenta un gran auge dentro de sí misma, como lógica salida tras sus años de silencioso encierro. Fruto de este florecimiento es la creación en 1946 de la Facultad de Filosofía y Letras. Será por lo tanto bien acogida

da por todos los sectores la idea de propiciar cursos a nivel universitario para los periodistas activos en su profesión.

Será en Septiembre de 1947 cuando se abra la Escuela de Periodismo como un organismo independiente de toda facultad dada su característica de ser estudios parte teóricos, parte prácticos. Como etapa inicial se abre el curso de dos años bajo la dirección de Miguel Acosta Saignes. Hasta 300 alumnos solicitan la inscripción de lo que para unos es como un hobby y para la mayoría auténtica forma de superación profesional, pero de este abundante alumnado no llegarían a 50 los que se graduaran en 1949. Leoncio Martínez sería el nombre de esta primera promoción.

Fueron años difíciles para la naciente Escuela dentro de la situación convulsionada que vivía el país y más dentro de la libertad de expresión que una Escuela de Periodismo debía fomentar.

Las otras dos Escuelas de Comunicación: LUZ y UCAB nacen respectivamente en el 59 y 62, ya alrededor del año 60 que ha de ser hito en la historia de las Escuelas de Comunicación latinoamericanas. Ellas recogen la experiencia de 10 años de la Central más las innovaciones que a nivel internacional llegan en ese momento hasta nuestro país. Ellas serán prototipo de la nueva fórmula que a partir de esos momentos se inician en el continente.

Años de Cambio (del 62 al 70).

Una zozobranante inquietud se apodera de las Escuelas de Periodismo en Latinoamérica a partir de los años 60. Por una parte, el adelanto técnico en nuestros países de los medios de comunicación audiovisual, más el nacimiento del "boom" publicitario hacen tambalear las estructuras periodísticas tal como se venían desarrollando y primero a regañadientes, más tarde abiertamente se introducen en las Escuelas de forma progresiva, asignaturas de Radio, TV, Cine y hasta Publicidad y Relaciones Públicas.

Por otra parte del exterior llegan noticias de nuevas materias como Teoría de la Comunicación, Psicología y Sociología de la Comunicación, Semiología... etc.

Se comienzan a escuchar en las aulas nombres como los de Lazarsfiel, Sswarm, Fatorello, Dumazedier, Bello... Los "pensa" se recargan con las nuevas materias. Cursos de ocho, o doce asignaturas. Del periodista reportero se pasa al "toero" de la comunicación. El que sabe de todo un poco, pero sin llegar apenas a profundizar. Es por otra parte lo que la sociedad de comunicación en esos momentos exige.

Y de nuevo se vuelve a caer en el vicio antes señalado. Por de pronto las materias nuevas y originales, no se introducen en su mayoría como resultado de un estudio analítico de las necesidades de la comunicación como tal. No antecede por lo común ningún tipo de investigación

al respecto. Son o bien producto de las súplicas reiteradas de nuevo, de los hombres del mundo empresarial de la Comunicación, Radio, TV, Publicidad, Relaciones Públicas, o nacen bajo la imposición de quien las ha estudiado en el exterior y transplanta a nuestra escuela lo que París, Roma o Nueva York ofrece.

CIESPAL un grito de advertencia.

La UNESCO asienta su pie en el continente americano en lo referente a Comunicación en el año 60. Junto a otros tres centros en el resto del mundo UNESCO patrocina la sede en Quito de lo que será CIESPAL.

Como primera tarea se inician seminarios, cursos, de replanteamiento de la Pedagogía de la comunicación. Buenos Aires, Río de Janeiro, Medellín, México, Costa Rica... De todas estas reuniones emergen consideraciones óptimas:

La proliferación de los centros de 38 a 126 en 20 años, no ha ido cónsono con la misma profundidad. De las 124 Escuelas sólo tienen régimen universitario 79 y de éstas sólo 55 tienen cuatro o cinco años de estudios. Las demás o son dependencias de otros departamentos (Filosofía, Sociología) y con una duración de dos o tres años de estudio.

Estado precario no sólo en lo económico sino sobre todo en el personal. En las Escuelas de universidades católicas, por ejemplo, un profesor destina un promedio de seis horas semanales a la docencia. Es decir, la mayoría son profesionales que alternan su otro trabajo exterior con esas

horas de dedicación a la docencia. En muy contadas ocasiones son docentes exclusivamente, de ahí que su preparación para la docencia sea escasa o nula en la mayoría de los casos. Surge así en CIESPAL la preocupación determinante de convertirse en centro piloto de preparación de docentes con curso de posgrado, para que sin salir del Continente los profesores actualicen sus conocimientos dentro de un marco nacionalista continental.

Nueva orientación curricular. Tal vez sea lo más novedoso de esta etapa. Por doquier pululan las nuevas materias importadas del exterior que traen ribetes de actualización. Más que de una nueva planificación organizada y sistemática, son frutos de preocupaciones personales de quienes las han estudiado. Se introducen material como Teoría de la Comunicación, Opinión Pública... pero la desarticulación con el resto del programa aparece palpable. Ya en el 62 CIESPAL propone un currículo piloto que ha de quedar definitivamente plasmado en el 72 en Costa Rica. Currículum que por una parte de forma planificada introduce no ya una o dos materias de comunicación sino toda una área que con el nombre de Ciencias de la Comunicación abarca las materias de Teoría de la Comunicación, Psicología y Sociología de la Comunicación, Lingüística y Semiología más las de Investigación de la Comunicación. No se descarta en este pensum el área humanística sino que se la orienta dentro de una interacción con el resto de materias profesionales; campo humanístico que pone énfasis más en lo sociológico y po-

lítico que en lo estrictamente literario. Por fin dentro de lo profesional se verifica la necesidad de especializar la carrera. Ya el "toero" de la comunicación ha desaparecido. Se necesitan los hombres auténticamente profesionales y para eso la conveniencia de garantizar un mínimo de elementos para la formación profesional.

Autonomía Universitaria.

Ha sido una auténtica obsesión. Los estudios de Comunicación Social son y siguen siendo una novedad. Están incluso en etapa de estructuración. Y los directivos de las Universidades, formados en áreas estructuradas: Derecho, Medicina, Letras o Filosofía han tratado de exigir una rigidez que no existe.

Esta subordinación de autoridades provenientes de otros campos universitarios ha obstaculizado no pocas veces la marcha ascendente aun dentro de sus consecuentes al tibajos a los Estudios de Comunicación Social. Por otra par te, el descrédito en que se encuentra la carrera aun dentro de la sociedad también se introduce dentro del recinto uni-- versitario. Por eso el clamor universal de todos los semina rios, es que hasta que no se consiga una cierta autonomía - universitaria, no caminarán las Escuelas de Comunicación Social.

De 66 instituciones, 9 tienen carácter de Facultad. 41 funcionan como Escuelas con dependencia de otros elementos universitarios y 16 son cursos...

Reveladora fue en este sentido la actitud - de Acosta Saignes allá por los años 47 al instaurar los pri - meros cursos de Periodismo en la UCV y hacerlo como autóno - mos de cualquier Facultad.

Proféticas sus palabras al cumplir la misma Escuela 20 años de vida: "La Escuela de Periodismo, cuyas - vicisitudes han sido numerosas en dos décadas, continuará - en lucha incesante. Justamente al cumplir los 20 años ha - logrado un local más apropiado a sus necesidades actuales -- que el ocupado por muchos años. Cuando se apruebe la ley - de colegiación será momento de pensar en su metamorfosis en Facultad. Espero que el aniversario de la próxima década - sea ya, no el de la Escuela de Periodismo, sino el de la Fa - cultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cen - tral".

Conclusiones

1. La poca relación entre el producto de - las escuelas y el mercado profesional. Esta parece ser una queja importante especialmente en algunas de las grandes - ciudades.

2. La falta de práctica de los estudiantes. En relación a este tema, nos encontramos frente a un círcu - lo vicioso ya que tanto los estudiantes como los profesores acusan que, por lo menos en parte, la falta de experiencia práctica de los alumnos se debe a la falta de cooperación - de los medios de comunicación.

3. La "naturaleza teórica" de la mayor parte de la enseñanza. Este es un punto en el cual todos los grupos están esencialmente de acuerdo. Es una deficiencia la cual podría remediarse si: a) los profesores tuvieran un tipo de entrenamiento más intensivo, como ellos mismos y sus estudiantes lo urgen, y b) si ellos tuviesen el equipo y el tiempo para realizar "un trabajo más de acuerdo a la realidad", lo cual es considerado necesario para todos los directores de periódicos los estudiantes y los ya titulados, los profesores y los directores de las escuelas.

I. I.

REPORTAJE SOBRE UNA ESCUELA,
la de la UCAB

Tras "una cuidadosa labor de investigación - en 17 diferentes y bien reputadas escuelas de Periodismo del exterior, incluyendo las de los países socialistas" (1), nació, hace 15 años, la actual Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, de Caracas.

Quince años parecen suficientes para intentar un balance de sus actividades y para analizar si los objetivos que se proponía su fundador y los que se podían suponer de su ubicación dentro de una Universidad Católica, en América Latina, se han cumplido.

La Escuela de Periodismo que se fundó en 1960, en la vieja sede de la UCAB de Esquina de Jesuitas, pretendía, sin duda, como lo dice el documento antes citado, contribuir al cambio social y ser vehículo de la fundación de servicio social de los medios de comunicación. El objetivo básico se resumía en la necesidad de "formación del tipo de comunicadores sociales que la nueva Venezuela estaba requi-

riendo con urgencia" (2).

La vida en la "Escuela de Periodismo"

La vida de la Escuela se divide en dos etapas, claramente diferenciadas hasta en lo físico. La primera comprende el período de su permanencia en la Esquina de Jesuitas, hasta 1970; la segunda se inicia con su traslado a Montalbán, actual sede.

En su primera etapa, discurre plácidamente, como una isla dentro del resto de Escuelas, protegida por el viejo caserón y animada por la presencia paternalista de la dirección. Estos años se caracterizan por una gran comunicación entre dirección-profesores-alumnos, que no pueden menos de conocerse y convivir, dado el reducido espacio en que se movían, y por qué no, el espíritu que se respiraba de gran familiaridad.

Todos estos años la Escuela tiene sus cursos a partir de las seis de la tarde, lo que influye grandemente en la composición del alumnado: maduro, en su mayoría, y con un buen número de ellos trabajando ya, de alguna forma, en el medio o, por lo menos, trabajando en algún lugar para vivir y pagarse los estudios. Sólo al final de este período el título de Bachiller será preciso para poder ingresar en la Escuela, lo que también influye en la composición del alumnado. El ingreso, por otra parte, está precedido de un examen de admisión "absolutamente imparcial" y "el más completo que para en

tonces practicaba escuela alguna de la UCAB" (3).

El profesorado se compone de nombres ilustres de los medios, no siempre egresados universitarios, que prácticamente regalan parte de su tiempo a la docencia y que tienen, en su mayoría, compromisos a tiempo completo extra-cátedra.

El pensum, a lo largo de los primeros años, - no sufre grandes modificaciones y responde al preparado por el director-fundador previamente a la creación de la Escuela, con un método que el P. Ancizar califica como "la denominación del relacionismo, ya que se trata de un sistema que relaciona lo técnico con lo intelectual y viceversa, todas las veces que esto es posible", "siendo ello la causa de que no naciese como una entidad dedicada exclusivamente a la enseñanza del periodismo impreso, sino como un lugar de estudios destinado a ser lo que hoy se llama Escuela de Ciencias de la Comunicación Social; o sea, una institución de donde salen profesionales en todos los campos de la comunicación y no especialistas en una sola rama, a los que difícilmente -según el Padre Ancizar- puede llamarse graduados en comunicación social, puesto que ésta abarca todas las facetas del periodismo y es una sola ciencia".

Se aprecia, desde sus comienzos, el carácter nuevo de esta Escuela de no preparar solamente "periodistas", hombres del periodismo impreso, sino el de abrir nuevas fuentes de trabajo y ampliar las posibilidades de "colocarse" en

los puestos que ofrecían la Publicidad y las Relaciones Públicas. De hecho, y ya desde sus inicios, una gran parte de los egresados de la Escuela de Periodismo de la UCAB comienzan a ser absorbidos por los medios menos interesados en el cambio social y en cumplir el papel "que la nueva Venezuela estaba requiriendo con urgencia", pero que garantizan mejores ingresos a los egresados. El ser graduado de la Universidad Católica, por otra parte, favorecía su ingreso en cierto tipo de Empresa Privada (y en algunos organismos del Gobierno).

En el armonioso discurrir de la sede de Jesuitas, hay poco lugar para los planteamientos políticos, para la discusión beligerante de la realidad del país, para la confrontación de ideas "universitaria". El "indoctrinamiento" oficial se reduce a una teórica y cómoda posición tercerista que, a pesar de haber sido llamada "responsabilista", muy poco compromete, y que parece satisfacer a un alumnado que, fundamentalmente, venía a "estudiar", a graduarse y no a "hacer política". Para eso, estaba la Escuela de la UCV.

No existe una prohibición o veto para discutir temas conflictivos, en parte porque no hace falta, dada la apatía del alumno. La dirección y el profesorado comparten, de hecho, la misma actitud del alumnado. Ni siquiera los grupos socialcristianos, que podían sentirse animados por la "orientación" de la Escuela, se manifiestan activamente.

Desde siempre, la Escuela se muestra sumamente abierta y comprensiva en lo religioso, liberal en extremo; el más anticlerical y prejuiciado elemento no podrá menos de reconocer que durante su permanencia en ella nunca se sintió presionado por lo que de "católica" y confesional podía tener la Universidad.

La Escuela en Montalbán

Para iniciar el año académico 1970-71, la Escuela se traslada, junto con las últimas que quedaban en Jesuitas, a la nueva sede de Montalbán. La "funcional" disposición de Escuelas, oficinas y aulas no sólo no favorece la comunicación entre los miembros de las diferentes Escuelas, sino que rompe definitivamente el estrecho contacto que existía dentro de la misma de Comunicación Social en su anterior emplazamiento. Las dificultades de la mudanza se hacen sentir, pero todavía la inercia de Jesuitas es superior y el primer año discurre sin mayores problemas, con la misma dirección heredada de los anteriores.

Por primera vez, el curso 71-72 se inicia con dos grupos en primer año, que se mantendrán en los siguientes. Por vez primera, y aunque como una explosión individual inicialmente, se produce un problema serio en la Escuela que termina con la expulsión de un alumno de primer año. De alguna forma, este problema contribuye a activar una serie de planteamientos críticos en la Escuela, en otras Escuelas y en la Universidad en general, que desembocarán -

en las expulsiones de profesores y alumnos en julio del 72 y en la "Crisis de Octubre" que obligó a cerrar la Universidad por dos meses.

Sin terminar ese curso 71-72, el Director, - que era el mismo desde la creación de la Escuela, renuncia y se encarga de la dirección un profesor de la Escuela (Dr. Marino Pérez Durán), que es quien deberá afrontar el cierre de la misma, junto con el de la Universidad, en octubre del 72, nada más iniciado el nuevo curso.

En enero de 1973, al reiniciarse al año académico, la Escuela cuenta ya con los primeros grupos cuestionadores organizados, que han surgido y se han consolidado a lo largo de la crisis vivida. Las autoridades universitarias, por su parte, que hasta entonces se habían limitado a asistir como pacíficos espectadores a las "contiendas" estudiantiles entre desarrollistas y copeyanos, ha aprendido que la "izquierda" está interesada en la Católica y que deben extremar sus cuidados para evitar la infiltración.

Pronto se produce la renuncia del director - encargado de la Escuela, que no ha dejado de confrontar problemas, no demasiado graves, a lo largo de este tiempo. La dirección, nuevamente de transición, recae en manos de otro profesor (Omar Vera López).

En el período de estos dos directores se producen unos tímidos cuestionamientos a nivel de dirección y - profesorado, que se plantean la primacía de lo humanístico -

sobre lo técnico, o viceversa. Sienten que la Escuela necesita unos contenidos para enfrentar el cuestionamiento ideológico de algunos sectores y se aprestan a proponer soluciones reformistas superficiales que traen como consecuencia un cambio de Pensum y un aumento de la carrera de cuatro a cinco años. Esta reforma no afecta a lo fundamental de la estructura de la Escuela, pero puede ser considerada como prueba de un cierto interés renovador.

El nuevo director que es nombrado, con carácter más estable, para el curso 74-75, se encuentra con una Escuela numerosa, joven, desorientada, en la que el elemento femenino supera al masculino. Una gran parte de las nuevas alumnas proviene de colegios de religiosas que ven en la Escuela de Comunicación Social de la Católica una transición casi natural. El atractivo de lo "audiovisual", de la Publicidad, de las Relaciones Públicas, unido a la ausencia de las "matemáticas", anima a no poca gente a inscribirse en esta carrera "chévere". Mientras los varones, en su mayoría, siguen prefiriendo carreras más sólidas como Ingeniería, Medicina, Economía, las muchachas ven ampliado su campo de Letras, Farmacia, Arquitectura, con una nueva profesión que parece hecha a la medida para muchas de ellas.

Ante el gran número de solicitudes para ingresar y las dificultades económicas que atraviesa la Universidad, se ve la conveniencia de abrir un curso verpertino, por primera vez en la historia de la Escuela. En él se inscriben, como era de suponer, una gran mayoría de "niñas bien"

que nada recuerdan a las primeras generaciones de alumnos en la Esquina de Jesuitas. Para el curso 75-76 y por las mismas razones, los cursos vespertinos serán dos, en lugar de uno.

La Escuela Hoy

Nos encontramos hoy con un pensum reformista, no demasiado profundo ni en lo "humanístico" ni en lo "técnico", con cuatro especialidades (Prensa, Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas), que parece dirigido, en el mejor de los casos, a preparar empleos para tecnócratas de segunda. Un pensum "funcional" para el esquema capitalista de nuestra sociedad que busca en la Escuela de la Católica sus empleados de confianza, en el campo de la comunicación.

Nos encontramos con un estudiantado de procedencia burguesa, en muchos casos, sin vocación, frustrado, - con conciencia de que es muy poco lo que reciben incluso desde el punto de vista "técnico" y que sólo piensa en la forma de sacarle el máximo provecho individual a un título no totalmente devaluado en la Empresa privada.

Nos encontramos con un profesorado, elegido con escaso o ningún rigor universitario, que presta parte de su tiempo, invertido en la mayoría de los casos en ocupaciones extracátedra a tiempo completo, a cambio del prestigio - que les confiere el ser profesores universitarios. La carrera, por otra parte, dispersa, de poco rango profesional y - tradición universitaria, no cuenta con profesionales especia

lizados que puedan asumir con suficiente capacidad la docencia. Esta insuficiencia se trata de subsanar, por parte de las autoridades superiores, con la inclusión premeditada y sistemática de profesores de otras Escuelas y especialidades, hecho que lejos de solucionar el problema lo ha agravado y ha obstaculizado las medidas que estaba implementando la Dirección para solucionarlo de raíz a mediano plazo.

Mientras tanto, están todavía pendientes de ejecución los objetivos que animaron la creación de la Escuela, los objetivos que los grupos progresistas de la Iglesia y el General de los Jesuitas señalaban para las Universidades Católicas y la Comunicación Social en América Latina, de ser agentes de cambio social y contribuir al desarrollo integral del hombre latinoamericano. La Escuela es presentada, como recientemente se ha podido oír en la reunión de la SIP en Aruba, como una escuela de confianza, frente a la de la UCV, que "está controlada por el Partido Comunista o por corrientes adictas al marxismo-leninismo".

NOTAS.-

(1),(2),(3) R.P. Alberto Ancizar, "Una Escuela de Comunicación Social", INAVI, Caracas, 1975.

A. S. C.
(Egresado de la UCAB)

LOS EGRESADOS DE COMUNICACION SOCIAL
Y LAS FUENTES DE TRABAJO

PREGUNTAS

- 1.- ¿Tienen realmente las mismas oportunidades de trabajo el egresado de las Escuelas de Comunicación Social y el periodista no universitario?
- 2.- El Licenciado en Periodismo obtiene una serie de conocimientos teóricos durante sus años de estudio. ¿Se ajusta ello a la realidad en la cual se va a desempeñar?
- 3.- De acuerdo a su experiencia profesional, ¿cree que nuestras Escuelas de Periodismo satisfacen plenamente las exigencias de los medios o el mercado de trabajo?
- 4.- ¿Qué mejoras o reformas sugiere Ud. deben introducirse en la formación universitaria de periodistas?

LUIS R. GARCIA, Licenciado en Comunicación Social con Mención en Periodismo - Impreso. Egresado de la UCV en el año - 1971.

1.- Aparentemente gozan de las mismas prerrogativas; todo ello depende de la experiencia del no universitario y de la oportunidad que se le presente al egresado. En todo caso es bueno señalar que las empresas periodísticas prefieren contratar los servicios de profesionales no universitarios por cuanto ello les permite pagar sueldos más bajos. Los egresados universitarios exigen mayores salarios. Por otra parte, los empresarios tratan de justificar esta situación mediante el señalamiento de una supuesta preparación poco adecuada del egresado universitario, y anteponiendo la experiencia, cierta o no, de los no egresados, quienes en su mayoría tienen años en el ejercicio de la profesión.

2.- Los conocimientos teóricos impartidos en las Escuelas de Periodismo son de mucha utilidad, pero con todo y ello se presenta un vacío, natural, diría yo, entre este conocimiento adquirido y la práctica. Si bien existe este problema, también es cierto que en cosa de días el profesional logra superar esta dificultad y dar un rendimiento satisfactorio.

3.- Las exigencias de los medios o del mercado de trabajo, están en función directa de los intereses

del empresario cuya única preocupación es el factor venta, ganancia, lucro. Si por el contrario, los intereses fueran los propios del periodismo dentro de sus más altos conceptos, los egresados universitarios cumplirían a cabalidad esta función.

4.- Debe introducirse una reforma real entre la enseñanza teórica y la práctica. Las Escuelas de Periodismo deben dar un viraje hacia la calle y alternar así con sus enseñanzas magistrales.

DIEGO MARQUEZ, egresado de la Promoción 1970 de la UCAB y con Mención en Audio--visual.

1.- Nominalmente pareciera que sí, pero en realidad observamos que los distintos medios de comunicación social parecen preferir, en un mayor porcentaje, a los no egresados. La explicación es muy sencilla: los empleadores muchas veces no tienen un criterio amplio que les permita diferenciar lo que es un profesional y una persona con conocimientos empíricos. La sociedad actual exige la formación técnica y científica de los Comunicadores Sociales.

2.- En gran parte y lamentablemente no, porque el choque con la realidad profesional, es en muchas oportunidades grande y decepcionante. Esto ocurre porque existe un divorcio entre los sistemas educativos y la realidad profesional. Puede ser que a uno como estudiante le enseñen -

que una noticia para radio debe redactarse con una estructura distinta que para la prensa; luego uno se encuentra - que las líneas de una emisora son distintas y debe seguir-las. Esto es a veces frustrante.

3.- Si se considera a un egresado de Comunicación Social como a una persona que únicamente puede - desempeñar actividades profesionales como redactor, publicista o relacionista, es posible que las Escuelas estén capacitadas para satisfacer las exigencias del mercado. Pero me parece que no hay que contentarse con esto. Es necesario ofrecer calidad, no sólo cantidad.

4.- Sugeriría una redefinición en cuanto a la fijación de metas y objetivos, lo cual debe redundar en una más efectiva planificación del sistema educativo. No se debe contemplar a la carrera dentro del estricto campo humanístico porque se corre el riesgo de encerrarse en una torre de marfil. No se puede desconocer el desarrollo ciéntífico y tecnológico de la época, por tanto, en los pensa de las Escuelas se deben incluir nuevas disciplinas.

CORINA CONDE, Licenciada en Comunica--
ción Social con Mención en Relaciones
Públicas, es egresada de la UCAB en el
año 1971.

1.- Si se piensa en las oportunidades de - trabajo en la empresa privada o en el campo administrativo, evidentemente que el egresado universitario tiene más ven-

tajas que el no egresado. Si hablamos de la gran prensa, diría que las oportunidades para los graduados son muy limitadas.

2.- Si la orientación del periodista va a estar encaminada a abrir nuevos campos, y si sus conocimientos van a estar a la altura de las necesidades de la sociedad, - sí va a ceñirse a las exigencias de la realidad profesional.

3.- Es indudable que un recién egresado cuenta con la base teórica y es lógico pensar que al comienzo estemos en desventaja, pero una vez combinada la experiencia - con los conocimientos adquiridos, podemos satisfacer plenamente cualquier medio o mercado.

4.- Dentro de nuestras Escuelas de Periodismo, la falla más grave que tenemos es la falta de práctica y pasantías. Después, la transformación verdadera de los programas de estudio.

EDGAR FERNANDEZ, trabaja en Radio Caracas TV y es egresado de la Escuela de Periodismo de LUZ en el año 1970.

1.- Tiene más oportunidades de trabajo el egresado universitario por lo siguiente: el pensum de las Escuelas de Periodismo nos permite conocer, además de la parte teórica que es muy importante, todas las nuevas técnicas audiovisuales. Así los egresados con esta especialidad tenemos un campo de trabajo mucho más amplio. El no universita-

rio se hace en un medio y solamente podrá desempeñarse en ese medio.

2.- Sí. Lo que se aprende en las Escuelas de Periodismo es básico para desempeñarse luego en la práctica. En mi caso específico, si no se conoce nada sobre historia de la radio, de la televisión, etc., es imposible manejar los instrumentos. Se hace mucho más fácil el trabajo con los conocimientos adquiridos.

3.- Creo que sí las satisfacen. La mayoría de los egresados de la Escuela de Periodismo del Zulia han trabajado inmediatamente que se han graduado, con algunas limitaciones de tipo social. Los empresarios han tenido - que pagar mejores salarios, sobre todo en la radio, donde hemos ido desplazando a los no egresados.

4.- Considero que las Escuelas de Periodismo del país deben tener un pensum mucho más ágil, más práctico, con equipos modernos que se adapten a las necesidades actuales. En el Zulia eliminamos, durante el proceso de renovación, materias que realmente no tenían ninguna importancia, y adquirimos otras, como Periodismo y Criminalidad, que complementan la formación del nuevo egresado.

RODRIGO GOMEZ. Es Licenciado en Comunicación Social Mención Impreso. Egresado de la UCV en el año 1970.

1.- El periodista se hace, no nace; y mien

tras el periodista universitario se hace en una Escuela, el periodista no universitario se hace trabajando, a base de experiencia, lo que de hecho indica que tiene cierta ventaja - en relación a las oportunidades de trabajo. Ahora, si lo colocamos en igualdad de condiciones, lógicamente que el periodista egresado de una Universidad supera al no egresado.

2.- Depende de la realidad en la cual se va a desempeñar. Los conocimientos teóricos que adquiere el - profesional universitario se ajustan a todas las realidades.

3.- Yo considero que en gran parte sí satisfacen las exigencias de los medios de trabajo. Durante su - preparación, el estudiante adquiere conocimientos suficien--tes que le garantizan un enfrentamiento con la realidad. Las lagunas que existen sólo son de orden técnico.

4.- Hay que mejorar ciertos aspectos de la - enseñanza universitaria sobre todo en el campo de la prácti-ca. Así como otras Escuelas tienen laboratorios de trabajo, las Escuelas de Periodismo deberían tener sus propios laboratorios experimentales y sus talleres, donde el estudiante puusiera en práctica los conocimientos adquiridos.

EDITH BRACHO, egresada de la Escuela de la Escuela de Periodismo de la Universidad del Zulia.

1.- En realidad se puede decir que el egresado no tiene las mismas oportunidades de trabajo. Existe --

cierto recelo entre los empresarios para contratar a un periodista egresado, tal vez esto sea porque ellos todavía - conservan el criterio de que "el periodista se hace, no nace".

2.- Según mi propia experiencia, yo no tuve muchos problemas cuando comencé a trabajar. Pero puedo decir que hace falta muchísima práctica y pasantías, porque - en esto fallamos. Lo ideal sería unir la teoría y la práctica, y graduarnos mucho más completos.

3.- Sí satisfacen las exigencias del mercado de trabajo, pero como digo anteriormente, encuentra trabas para realizar las ideas, los nuevos conceptos; bien sea porque el superior impide la realización de cualquier programa nuevo, o porque, en mi caso, que trabajo en Relaciones Públicas estatales, la falta de presupuesto impide realizar nuevos planes.

4.- A pesar de que la Escuela de Periodismo de LUZ es una de las mejores del país, considero que confronta el mismo problema de la UCV y de la UCAB, o sea, las fallas en la preparación práctica. Tal vez esto haga que - la mayoría de los egresados, por ejemplo de la UCAB, ingresen a trabajar en publicidad y en relaciones públicas.

DOCUMENTOS

ALTERNATIVAS PARA LA INVESTIGACION SOBRE COMUNICACION (A MANERA INTRODUCTORIA)

Cada día la comunicación es tema obligado en toda discusión. La toma de conciencia sobre la importancia de la comunicación ha abierto una brillante perspectiva en las ciencias sociales, pues ha introducido una temática nueva que por su relevancia requiere, de una investigación específica. Hoy día, no sólo es necesario hablar en términos de comunicación (1), sino que se hace necesario investigar más del propio concepto y observar como será la articulación de las clases sociales en el modo de producción económica como única forma de explicar los problemas de la sociedad capitalista. La clásica forma de H. Laswell hoy día ya está superada, aunque ella se dirija a contestar el interrogante introductorio. La manifestación de la comunicación, en nuestros días, rebasa los términos de las interrogantes planteadas por el propio Laswell. Los grandes medios de comunicación (Prensa, Radio y Televisión) deben es-

tar enmarcados dentro de un estudio global de la sociedad, - ya que ellos mismos se articulan como una estructura fundamental de la formación económico-social.

El carácter descriptivo y la concepción cuantitativa parecen ser, en líneas generales, las características mas resaltantes de las investigaciones realizadas en América Latina en el área de la comunicación social. Los primeros trabajos que se hicieron en nuestro Continente, estaban relegados del complejo político, socio-económico y cultural dentro del cual se desarrollaban, sin embargo hoy por hoy, - el problema no es este. Todos los pocos trabajos que se han elaborado parten ya de esta relación y no la abandonan. Sin embargo, todos ellos también, carecen de:

1. Rigor teórico: no se presenta un basamento que vaya más allá de la relación de dependencia, cultural, social y económica;
2. Como consecuencia de ello, no existe un plan metodológico de análisis y por tal razón, creemos nosotros, todos los trabajos producidos resultarán siempre, en virtud de la determinación del sistema capitalista, comprometidos y obstaculizados, fragmentados y vueltos en la corteza ideológica del propio sistema;
3. La falta de un esquema previo y nuestro que asegure la relación entre el mensaje producido por los grandes medios y su vincula--

ción con Centros Internacionales de Decisión, pues como se sabe, tradicionalmente, la teoría de las ciencias sociales ha sido difundida en América Latina, por el Centro Metropolitano del poder, hecho en extremo visible en el caso de la comunicación masiva en donde el dominio ideológico del centro Hegemónico es esencial.

Nuestras Escuelas de Comunicación Social, también han partido, y todavía lo siguen haciendo de estas -- ideas iniciales, sus moldes de formación siguen apegados a esquemas tradicionales. Ellas todavía manejan la teoría y la metodología de la metropolis como instrumentos para producir un pensamiento que pretende ser crítico y transformador, pero nada más alejado de toda la realidad social. La conversión de un método importado, sea de un país o de algún autor extranjero, es especie de un recetario aplicado a un estudio de problemas presentes en el subdesarrollo latinoamericano. Como decía la Lic. Martha Colomina en el segundo encuentro de Comunicadores realizado en la Ciudad de Maracaibo: "el aplicar métodos de investigación que nos son ajenos conforma una visión que no dudamos en calificar de -- haber sustituido la escolástica por una escolástica marxista de izquierda", o por una nueva escolástica.

Sin embargo, en América Latina se dan dos corrientes importantes (2). Ellos intentan explicar, cada --

una con sus métodos propios como la investigación de la comu
nicación colectiva puede ofrecer alternativas de singular im
portancia para la explicación de la problemática socio-cultu
ral de los pueblos latinoamericanos. Los esquemas propues--
tos por estas dos escuelas plantean con suma urgencia la ne-
cesidad de ser encarados el verdadero estudio de la comunica
ción colectiva en la prioridad y la jerarquización que re---
quiere en nuestro continente. De cualquier manera estos dos
intentos, se han visto en cierto sentido entrevistados con -
las investigaciones tendientes a la preservación de las es--
tructuras del sistema, lo que impone la necesidad de estable
cer de la forma más clara posible, las prioridades y perspec
tivas de un esquema (de unas alternativas) de investigación
que esté absolutamente vinculado con un proyecto de transfor
mación de la sociedad.

En los actuales momentos, la inserción del -
estructuralismo en este contexto abre el abanico dentro del
campo de la investigación. La formación de donde parten esas
dos tendencias predominantes en la América Latina provienen
del estructuralismo. Parten de ahí y se despegan, cada cual
con rumbo propio. Pero a pesar de ello el estructuralismo -
es atacado ya como representando una orientación foránea, o
unos análisis que han servido de orientación y guía a nues--
tras incipientes investigaciones. No obstante, las diferen
cias existen entre esos dos grupos, y se debe a que el estruc
turalismo ha conocido en cada uno de estos grupos -grupo de
Mattelart y el de Eliseo Verón- un destino cultural diferen-

te. Su impacto ha sido distinto. Más específicamente, las contradicciones y distorsiones que caracterizan la producción de conocimientos en los países dependientes del Tercer Mundo se manifiestan en cada caso bajo distinta forma: un grupo dirige su investigación hacia el esclarecimiento, por demás repetitivo y de sobra conocido, de las estructuras económicas y políticas que subyacen en toda forma comunicacional y el otro se enmarca concretamente al estudio del mensaje considerado como un componente de sistemas ideológicos que remiten a los determinantes más profundos de su constitución y manifestación, pero está sumamente claro que la ideología transmitida por el sistema imperante va a subvertir todo el orden de cosas. Hasta los mismos mensajes. Hoy día se trata de buscar una alternativa por la cual guiarnos. Sin embargo todavía no sabemos como encarar la investigación, qué tipo de investigación desarrollar, que problemas dentro de la comunicación deben ser los guías en la propia investigación. El tomar una alternativa es urgente frente a la abundante información bien definida desde el punto de vista de la explotación empresarial del público. Frente a una investigación que está dirigida a la constatación, a la búsqueda de confirmación, en la realidad, del esquema ideológico dominante. La contrapartida de esta situación, es más bien una actividad de denuncia teórica, orientada parece ser en una vía empirista desde el punto de vista teórico y metodológico en su ideología política, dándole a los datos de la realidad un manejo positivista. Las tendencias -

predominantes en la América Latina, y sus influencias, en el área investigativa sobre investigación están encaminadas por las dos vías descritas. Está bien, y es un logro, que ellos se alejan de los parámetros entendidos dentro de un esquema funcionalista, pero no se puede seguir sosteniendo esta misma tesis, ya que implica una pérdida de esfuerzos y de trabajo que imposibilita el establecimiento de prioridades en los problemas de lo que se está trabajando.

¿Y entonces cuál es la alternativa que debemos seguir? ¿Estamos en un callejón sin salida? Consideramos válida la fórmula apuntada en nuestro artículo inicial, pero no olvidando que es también importante el seguir afinando, - como fórmula esclarecedora del sistema productivo imperante, las investigaciones en las áreas específicas que siguen los grupos de Mattelart y Eliseo Verón.

A continuación presentamos un resumen esquemático sobre el panorama investigativo que se desarrolla no solamente en el mundo entero, sino también en América Latina. Y finalmente cerramos esta parte de documental con las alternativas que sobre investigación de la comunicación se llegó a concluir en la reunión celebrada en Costa Rica. Estamos conscientes que estas no son las únicas alternativas presentes, pero constituyen un aporte para el estudio y la reflexión sobre esta área de la comunicación.

NOTAS.-

- (1) Manejamos el concepto de Comunicación como "el espacio - recíproco entre una palabra y una respuesta, por lo tanto una responsabilidad.
- (2) Ver en esta misma parte documental: "Las dos alternativas que sobre comunicación en el área de la investigación se presentan en América Latina".

M. B. E.

TENDENCIAS DE LOS ESTUDIOS LATINOAMERICANOS
EN EL ANALISIS DE LOS MEDIOS MASIVOS

Aunque Latinoamérica no cuenta con una producción cuantitativamente importante en lo que respecta a la investigación de los medios masivos (1), sin embargo la perspectiva singular, desde la que se realizan los estudios (situación de dependencia económica y cultural) y los recientes desarrollos teórico-prácticos merecen una atención especial.

La década del 50 hasta bien entrada la del 60 se caracteriza por la utilización de los esquemas consagrados en Estados Unidos (el esquema lasswelliano, los análisis de audiencia, cobertura y penetración de medios, sondeos

de opinión pública siguiendo al centro Gallup, y las diversas modalidades de investigación mercadotécnica relacionadas con la publicidad y el flujo de medios).

Esta tendencia se ha visto fuertemente reforzada por una política editorial de importación de estudios - estadounidenses (Editoriales Paidós, Troquel, Roble...) y -- por la labor realizada por CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo en América Latina. Organismo de la Unesco con sede en Quito). Sin negar los objetivos laudables que se propuso CIESPAL es indudable que se ha caracterizado por el predominio de la documentación y los parámetros de análisis de la escuela clásica norteamericana (J. Klapper, R.B. Nixon...) y que aun entre los europeos se han seleccionado aquellos de carácter más pragmático (J. Dumazedier, R. Clausese...).

Un recuento general de los análisis de medios, contenido, morfología-contenido, opinión pública, audiencia, etc. nos lleva a la conclusión de que predominan las pautas apolíticas y apenas se encuentran análisis de la situación socioeconómica e ideológica de los medios (2) (cf. - Cuadro NO 1).

Sin embargo el desplazamiento europeo (3), - operado entre 1945-1960, comienza a sentirse paulatinamente en los métodos de investigación latinoamericanos. Se opera un cambio del análisis pragmático al estructural.

Uno de los innovadores, siempre atento a las

corrientes europeas, será el venezolano Antonio Pasquali (4).

Influido por algunos planteamientos de los existencialistas (Heidegger, Sartre...) y la Escuela Sociológica de Frackfurt (Adorno, Horkheimer, Marcuse...) replantea los esquemas comunicacionales y desmitologiza el papel benéfico que representan los medios audiovisuales en una sociedad culturalmente subdesarrollada como la venezolana.

Sus aportaciones metodológicas se sitúan ya en la línea marcada por A. Moles y los estructuralistas europeos.

Sin embargo su obra queda limitada por quedarse a medio camino frente al problema de la dependencia cultural que ya comenzaba a estar en el centro de la atención de otros autores.

Por eso, a pesar de que el autor tenía conciencia de la explosión cuantitativa de la comunicación y de su impacto colonizador, en el fondo su obra fundamental "Comunicación y cultura de masas" constituye la diatriba global de un moralista situado en un contexto caótico y degenerado que las comunicaciones de masas contribuyen a mantener inalterable.

En todo caso esta limitación no disminuye su papel innovador al alejarse de los moldes estadounidenses.

Otros investigadores venezolanos (5) como Eduardo Santoro y Martha Colomina, al analizar el impacto

de la TV, superan los parámetros del análisis de efectos al estilo de Klapper, aunque en sus marcos teóricos están ausentes las variables sociopolíticas.

Los trabajos de Héctor Mujica (6) y Eleazar Díaz Rangel (7) sobre prensa adoptan una posición militante y definida frente a la dominación cultural, si bien no suministran nuevos instrumentos de análisis.

Desde el punto de vista metodológico es significativa la contribución de Ludovico Silva. Sin ser un analista dedicado específicamente al estudio de los medios masivos, replantea certeramente el marco teórico para el análisis de tales medios, insertándolos dentro del fenómeno de la dominación cultural.

Vuelva el análisis marxista sobre el papel que cumplen los factores culturales e ideológicos en la acumulación del "capital global" (material e ideológico) en el sistema capitalista (8).

A su juicio el problema de la configuración de la conciencia social es especialmente trasponible al análisis de la comunicación masiva, ya que el proceso ideológico, la industria cultural (Adorno) o la industria de las conciencias (Enzensberger) están de tal manera integrados al sistema productivo global, que todo aislamiento de aspectos analizables es, además de un requisito metodológico de la ciencia, una trampa ideológica.

A excepción de Cuba, donde se siguen otras pautas desde el inicio de la revolución, en la mayoría de los países latinoamericanos se efectúa un desplazamiento crítico semejante al venezolano (9).

Superado el análisis de contenido lasswelliano que desconecta el objeto ideológico de su universo condicionante que es su verdadera forma global, se inician las investigaciones directas de la estructura de poder de los medios (10).

Estos estudios apuntan directamente hacia una complementación de los análisis ideológico-políticos.

El desglose de los mecanismos de dominación cultural presenta una gama diferenciada en cuanto a método y objeto de interés, aunque se mantiene un marco teórico común.

La preocupación, por ejemplo, de Eliseo Verón y la del grupo de investigadores ligados al Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Torcuato di Tella (Oscar Masotta, Luis J. Prieto, Carlos E. Sluzk) y a la "Revista Latinoamericana de Sociología", se centra en el vacío instrumental, incluso del marxismo, para detectar los indicadores pertinentes al análisis de los procesos ideológicos.

De hecho E. Verón acude al repertorio metodológico de V. Morin y R. Barthes, sin olvidar los planteamientos básicos de Marx, Freud y De Saussure.

En su ensayo titulado: "Conducta, Estructura y Comunicación" (Ed. J. Alvarez, Bs.As., 1968) trata de asentar las bases para un método semiológico coherente, inspirado en la semiología.

Sin embargo es en su trabajo "Ideología y - comunicación de masas: la semantización de la violencia política" (Lenguaje y Comunicación Social, Nueva Visión, Bs. As., 1969) donde aplica el método estructural al análisis de los contenidos.

Tomando como clave un asesinato político, interrelaciona los sistemas ideológicos que en el nivel de la metacomunicación actuaban sobre dos medios de comunicación aparentemente divergentes, y demuestra que, en definitiva, los dos medios transmiten distintos aspectos del mismo complejo ideológico de las clases dominantes.

Armand Mattelart, por su parte, en las diversas fases de sus investigaciones, combina los análisis de - estructura de poder y los ideológico-políticos, y trata de penetrar los mecanismos de dominación que determinan el trasfondo de los hechos que suceden en las apariencias de la cotidianidad.

Su obra, junto con la del actual equipo de "Comunicación y Cultura" (Hugo Assmann, Héctor Schmucler, - Michele Mattelart...), y los grupos corporizados en las revistas "Casa de las Américas" (Cuba), "Textual" (Perú) y la editorial "Siglo XXI", representa el esfuerzo más coherente

y organizado de análisis de los medios masivos de comunicación en Latinoamérica.

El influjo de los enfoques metodológicos tanto de E. Verón como de A. Mattelart ha sido notable en toda Latinoamérica y hoy más que nunca han proliferado los estudios sobre expresiones concretas de la dominación cultural en el campo educativo (12), publicitario (13), audiovisual (14) y en las diversas modalidades de impresos como la presa (15) o las comiquitas (16).

Aunque toda esta producción es bastante desigual, sin embargo conviene hacer una aclaración respecto a ciertas actitudes despectivas que se asumen frente al científico social que se dedica a estudiar la ideología de las comiquitas o historietas por poner el caso más extremo. Al respecto H. Assmann arguye certeramente que "la limitación del campo de análisis no es la misma cosa que la limitación de la referencia teórica del análisis. En otras palabras, que analizar "Superman" o los "Picapiedra" no significa -- atarse a una especie de análisis de contenido de un programa para niños y punto, porque puede muy bien ser la mejor manera de acercarse a un profundo análisis del sistema de dominación global, inclusive en sus más recientes resortes tecnológicos (17).

Concluyendo, pues este somero análisis, sobre los estudios de medios en Latinoamérica, se constata un desplazamiento, que, aunque influido metodológicamente por las

corrientes europeas del estructuralismo y la teoría crítica de la sociedad, cobra una originalidad por el marco teórico particular (teoría de la dependencia) y por la urgencia de la praxis política (opción política del científico social).

Indudablemente aún siguen los estudios que simplemente analizan la explosión cuantitativa de los medios un tanto acriticamente y con la euforia tecnológica de la era de los satélites (18).

La extrema peligrosidad de ellos se basa en que, respaldados por un organismo como la UNESCO o una fundación aparentemente neutra, sitúan sus análisis fuera del trasfondo estructural de la dependencia, ignorando que todo el proceso comunicativo se desenvuelve como parte integrante de la dinámica global de producción y reproducción dentro de una formación económico-social determinada (19).

Esta sección quedaría inconclusa sin referirnos a las propuestas alternativas para combinar la lucha ideológica con la praxis revolucionaria, tema que ha recobrado especial vigor estos cinco últimos años. Sin embargo, como señala H. Assmann "en lo concerniente a propuestas alternativas hay que reconocer que existe todavía un gran vacío. Lentamente se va superando la pura denuncia fraseológica para llegar a una comprensión, a una conciencia crítica, con apoyo en el análisis serio" (20).

Es indudable que son imprescindibles los análisis serios de la comunicación masiva como fenómeno integra

do en el proceso socio-político global. Pero tan ineludible es la búsqueda de alternativas, que, sin constituirse en mi ni-procesos paralelos, entrentan el impacto diario de los - medios masivos (21).

CUADRO Nº 1

LA INVESTIGACION COMUNICACIONAL EN AMERICA LATINA (1)

AREA GEOGRAFICA	TIPOS DE INVESTIGACION (2)			TOTAL
	de Laboratorio	de Campo	Experimental	
Argentina	6	5		11
Brasil	16	9		25
Colombia	5	6		11
Chile	5	2		7
Costa Rica	1	2		3
Ecuador	5	6		11
Méjico	7	2	1	10
Panamá	3			3
Perú	9	2		11
R. Dominicana	1			1
Uruguay	2	1		3
Venezuela	9	5	1	15
EE.UU.	1			1
TOTAL	70	40	2	112
%	63%	35%	2%	100%

(1) FUENTE: "La investigación científica en América Latina", CHASQUI, Nº 5, Abril, 1974.

(2) NOTA: La biblioteca especializada de CIESPAL reúne 733 - trabajos de investigación clasificados así: 195 libros, 227 folletos, 311 artículos; de los cuales 621 se refieren a historia, legislación, teoría de la investigación, tendencias de la investigación... y 112 a investigaciones empíricas. El cuadro sólo incluye estas 112 últimas.

NOTAS.-

- (1) Manuales como los de Vignolo A.: "Hacia una sociología de la comunicación". Ed. Gráfica Labor, Lima, 1973; Mújica Héctor: "Sociología venezolana de la comunicación", - UCV, Caracas, 1974; y "Medios masivos de comunicación", Universidad de La Habana (selección de 25 estudios norteamericanos y latinoamericanos) son muestra del carácter aún incipiente de muchos estudios sobre Sociología de la Comunicación de masas en Latinoamérica.
- (2) Assmann, Hugo: "Evaluación de algunos estudios latinoamericanos sobre comunicación masiva"; Ponencia presentada en el XI Congreso Latinoamericano de Sociología, S. José de Costa Rica, Julio, 1974.
- CIESPAL: "La investigación de la comunicación en América Latina", 17-22 Sept. 1973. S. José de Costa Rica. "La investigación científica de la comunicación en América Latina" por Jorge Merino Utreras, CHASQUI, Nº 5, Abril, 1974, pp. 81-103.
- Nixon, Raymond B.: "La enseñanza del periodismo en América Latina", Comunicación y Cultura, núm. 2, 1974, pp. 197-212.
- (3) En 1945 publicaba Merleau Ponty la "Phénoménologie de la Perception". En 1946 Charles Morris publicaba su "Sign, Langage, Behavior". En 1947, Barthes, sus artículos de "Combate". En 1949, Saussure su "Cours de Linguistique Générale" y Lévi-Strauss sus "Structures élémentaires".
- (4) Pasquali, Antonio: "Comunicación y cultura de masas", - EBUC, Caracas, 1963; y "Análisis de un día de TV en Caracas", UCV, Caracas, 1967.
- (5) Santoro, Eduardo: "La TV venezolana y la formación de estereotipos en el niño", UCV, 1968.
- Colomina de Rivera, Martha: "El huésped alienante", LUZ, 1968,
- Colomina de Rivera, Martha: "La Celestina mecánica", - LUZ, 1976 (aún inédita) La ponencia presentada en el "Encuentro de Comunicadoras Sociales". 9-11 Mayo, 1975, es sintomática de los cambios operados en los marcos teóri-

cos de los trabajos elaborados bajo su dirección en la Universidad del Zulia (Maracaibo).

- (6) Mujica, Héctor: "El imperio de la noticia", EBUC, 1967.
- (7) Díaz Rangel, Eleazar: "Pueblos sub-informados", Dirección de Cultura, UCV., Caracas, 1967.
- (8) Silva, Ludovico: "La plusvalía ideológica", UCAB, Caracas, 1970; y "Teoría y práctica de la ideología", Ed. Nuestro Tiempo, 1971 (especialmente pp. 123-222).
- (9) El resto de la obra venezolana que no hemos mencionado o está inédita o tiene poco interés desde nuestra perspectiva. Últimamente merece señalarse el esfuerzo aún titubeante de la revista "Orbita", que incluye sobre todo estudios de grado.
- (10) Espinosa, Humberto y otros: "El poder económico en el sector de los medios de comunicación de masas", en Dependencia económica y tecnológica. Lima, CIES, 1971. Shenkel, Peter: "La estructura de poder de los medios de Comunicación en cinco países latinoamericanos", -- ILDIS, Santiago de Chile, 1973.
- (11) H. Assmann en sus "Claves de lectura evaluativa de los escritos de Armand Mattelart sobre medios de Comunicación" (op. cit. Ponencia...: pág. 18-43) distingue cuatro fases sucesivas según el tipo de análisis y de opción: 1ª fase: análisis de la dependencia como fenómeno global de fuerte incidencia ideológica; denuncia de esa dependencia con vistas a desbloquearla. 2ª fase: análisis de la ideología liberal burguesa con su específica expresión en el manejo de la comunicación masiva. 3ª fase: profundización sobre la capacidad recuperativa de la ideología de derecha en el manejo de los medios de comunicación y las debilidades de la prensa de izquierda. 4ª fase: la era de los satélites y la comunicación masiva, etapa superior de la agresión y la sofisticación de los métodos de penetración ideológica. De su obra dispersa en numerosos libros y revistas sobresalen:
- A. Mattelart, C. y L. Castillo: "La ideología de la dominación en una sociedad dependiente, Bs.As., Ed. Sig

nos, 1970.

- A. Mattelart, P. Biedma, S. Funes: "Comunicación masiva y revolución socialista". Santiago de Chile, Ed. PLÁ, 1971; Ed. Diógenes, México.

- A. Mattelart: "Agresión desde el espacio"; Bs.As. -- S. XXI, 1973.

- A. Mattelart: "La comunicación masiva en el proceso de liberación", Bs. As., Siglo XXI, 1973.

- (12) Roncagliolo, R. et al.: "Cuesta arriba, cuesta abajo" - (Análisis ideológico de textos escolares), DESCO, Lima, 1973. - "La ideología en los textos escolares" (Chile, Perú, Argentina) en Comunicación y Cultura, N. 1, p. 89, 145, 1973. - "Los textos escolares en primaria" en Cuadernos de Educación, N. 16, Caracas, 1974. - "El caso de Plaza Sésamo en el Perú", en Textual, N. 8, p. 22-23, Lima.
- (13) Drinot, Rafael: "Publicidad; producción y consumo de lo cotidiano", en Textual, N.8, p. 10-21; Rafael León, "Las funciones del lenguaje en la publicidad televisada", - ibid. p. 32-43. - Martínez Terrero, José: "Análisis de la publicidad en Venezuela", Centro Pellín, Caracas, 1975.
- (14) Radio-TV (estadísticas); Kaplún, Mario: "La comunicación de masas en América Latina. Asociación de Publicaciones Educativas. Bogotá, 1973.
- (15) Gargurevich, Juan: "Mito y verdad de los diarios de Lima", Ed. Gráfica Labor, Lima, 1972; "Estructura de poder de los medios en 5 capitales latinoamericanas" por P. Schenkel en Crisis, N. 2, 1973, Bs.As.
- Taufic, Camilo: "Periodismo y lucha de clases", De la Flor, Bs.As. 1974.
- (16) Dorfman, A. y Jufre, M.: "Superman y sus amigos del alma", Bs.As., Ed. Galerna, 1974; Arteaga Calderón, Marco: "Superman, penetración ideológica", Univ. Ricardo Palma, Lima, 1973; Dorfman, A. y Mattelart, A.: "Para leer al pato Donald", S. XXI, Bs.As., 1972.
- (17) Assmann, Hugo: op. cit. "ponencia..." p. 14; ver también la sección "Elementos indisociables en una teoría estru

tegia de los medios de comunicación masiva", en "Teología desde la praxis de la liberación"; Sígueme, Salamanca, 1973, pp. 247 y ss.

- (18) UNESCO (ed): "communication in the space age": The use of satellites by the mass media. Amsterdam, 1968; -- UNESCO: Proyecto SERLA, 223, ("Estudio de viabilidad de un sistema regional de Teleducación para los países de América del Sur") Oct. 1973.
- Polcyn, Kenneth A.: "An educator's guide to communication satellite technology. Information Center on Instructional Technology, Washington, 1973 (cf. "The proposed Brazilian Experiment", p. 69-76).
- (19) Schiller, Herbert: "Mass Communications and American Empire"; Boston, Beacon Press, 1969.
- Uribe, Hernán: "la desinformación: industria capitalista" en "Referencias"; vol. 3. núm. 1; Universidad de La Habana, p. 543-556.
- (20) No sin razón H. Asmann (op. cit. Ponencia... p. 18) -- critica los miniprosesos paralelos que se sitúan al margen de la lucha global, y se convierten en contestación integrada al sistema.
- (21) Antes hemos citado: "Comunicación de masas y revolución socialista" de A. Mattelart et al.; también son interesantes:
- Gerace, Frank: "Comunicación horizontal", Studium, Lima, 1973.
- Solanas, Fernando y Getino, Octavio: "Cine, cultura y descolonización. Ed. S. XXI, Bs.As., 1973.
- Aguirre, J.M.: "Teoría y praxis de la Comunicación Horizontal", Cuadernos de Educación, marzo, 1975, Caracas.

J. M. A.

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.

El marco conceptual

1. La Teoría de la Comunicación y la Metodología de la investigación de la Comunicación, elaboradas en los centros metropolitanos de poder, no corresponden a las necesidades de investigación de los países atrasados y dependientes, no obstante lo cual se aplican, indiscriminadamente, a las situaciones de la región, con resultados obviamente -- distorsionantes e inadecuados. Su uso ha sido inducido bajo el supuesto de que la teoría social es universal y de que su validez desborda el marco de los espacios culturales y de -- los procesos históricos. Por añadidura, es menester seleccionar, con pensamiento crítico severo, la metodología extraña que se está utilizando e identificar la ideología que anima a tales instrumentos.

2. Establecida esta situación por la cual el estudio de la comunicación en general, se puede considerar -- todavía como un aspecto del proceso de dominación cultural -- ejercido por los centros de dominación externa, cabe identificar los parámetros básicos mediante los cuales podría concebirse una teoría y métodos ajustados a la realidad de nuestros países. Un rasgo que debe diferenciar el enfoque de la

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

Desde otro punto de vista, este principio teórico relativo a esa condición "intrínseca" de la comunicación tiene también consecuencias en el plano del estudio - del objeto, esto es en el plano de la investigación. La tarea no puede plantearse como una operación puramente "técnica", es inseparable de una perspectiva global y por lo tanto, de opciones políticas que pueden expresar alternativas de transformación social o refuerzo del statu quo.

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

La investigación debe estar orientada al -- diagnóstico de la situación actual y a la búsqueda de alternativas que permitan tomar opciones en el planteamiento de - soluciones. Pero tanto la teoría como el método deben con-- templar la necesidad de una acción interdisciplinaria para - que haya una clara visión de la realidad imperante y un cong - cimiento mucho más rico y profundo de la sociedad en la que ocurre el fenómeno de la comunicación. Finalmente, el método científico debe buscar, sobre todas las cosas, la participa - ción de los grupos sociales involucrados en los problemas de la comunicación para que los resultados sean mucho más genui - nos, más aprovechables y den lugar a una participación más ac - tiva de los grupos populares tanto en la detectación de los problemas como en los procesos mismos de la comunicación. (Sub rayado nuestro).

4. Estos criterios no traducen una óptica "re gionalista" o "localista", muy por el contrario, indican di - mensiones básicas para el progreso de la ciencia de la comuni - cación considerada en su nivel más general. En este sentido, el contexto histórico actual de las sociedades del llamado - Tercer Mundo puede contener la posibilidad privilegiada de - desarrollar nuevos caminos, tanto teóricos como metodológicos, de extrema importancia para la investigación de la comunica - ción.

5. La existencia de sistemas políticos opues - tos, como la sociedad de competencia y el socialismo, plantea

la cuestión crucial de la presencia de lo ideológico en la investigación científica. Para el caso de la comunicación en los sistemas políticos de competencia, se encuentran fundamentalmente las siguientes características:

a) La suposición de que el investigador social actúa dentro de un marco de "independencia" de pensamiento científico, lo que conduce a la creencia de que la ciencia es neutral y nada tiene que ver con asuntos políticos;

b) La concepción de que la realidad está compuesta de "partes a investigar", es decir una visión atomizada que conduce en el mejor de los casos a un descriptivismo característico de los intentos funcionalistas por aproximarse a la realidad social;

c) La falta de percepción del hecho de que los medios de comunicación tienen un carácter de clase y se insertan en el marco general de una sociedad en la cual existe la propiedad privada de esos mismos medios; es decir, --prescinde del análisis de todo lo referente al aparato de poder y dominación y al uso que se hace de los medios, convertidos en instrumentos para mantener el statu quo;

d) La opción fundamentada en un razonamiento ahistórico, que pretende dar una interpretación del conjunto social, sin considerar su génesis y evolución y anulando por lo mismo un enfoque más rico y dialéctico.

Objetivos y estrategia

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

En tal sentido, el objetivo central de la investigación debe ser: El análisis crítico del papel de la comunicación en todos los niveles de funcionamiento, en relación con la dominación interna de clase y la dominación externa y el estudio de nuevos canales, medios, mensajes, situaciones de comunicación, etc., que contribuyan al proceso de transformación social. (Subrayado nuestro)

El énfasis de la acción variará según predomine en cada país el modo de producción capitalista o exista una movilización de las clases populares para la transformación hacia formas socializadas de producción.

2. Asimismo, se sugiera prestar atención preferente a los siguientes aspectos relacionados con el objetivo central antedicho:

Promover en las Universidades la orientación de la investigación hacia temas de interés social relevante y evitar que los estudios realizados se pongan al servicio directo o indirecto de intereses comerciales, la intensificación del empleo de la investigación como método de enseñanza y la formación de más y mejores profesionales de la investi-

gación en comunicación.

Asimismo, la investigación debe reorientar - constantemente la formación de los profesionales de la comunicación, para que éstos puedan irrumpir con nuevas técnicas y métodos en el sistema de comunicación actual y abrir nuevos canales de comunicación con los grupos populares.

a) Promover la creación de organismos nacionales de investigación en comunicación.

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

c) Promover que las instituciones relacionadas con programas de desarrollo, lleven a cabo investigaciones sistemáticas en comunicación, para contemplar más adecuadamente las necesidades reales de la población, así como para facilitar su participación activa en los procesos de cambio.

d) Incentivar la participación popular en las investigaciones sobre el uso de los medios de comunicación con el fin de desmitificar a éstos ante los sectores populares y desarrollar entre ellos una conciencia crítica que posibilite una opción liberadora.

e) Promover la investigación acerca de las experiencias sobre la elaboración popular de mensajes que modifiquen el sentido tradicional de la comunicación vertical.

(Subrayado nuestro)

f) Promover ante los gobiernos y entidades -

nacionales una más adecuada asignación de fondos para las investigaciones en comunicación, tanto en las universidades como en los organismos de desarrollo social.

g) Planificar y coordinar las investigaciones en comunicación a nivel nacional y regional con el fin de alcanzar efectos acumulativos y evitar duplicaciones e inefi--ciencias.

En función de este objetivo central se propo--nen los siguientes aspectos:

Selección de áreas de investigación

De conformidad a los marcos conceptual y es--tratégico adoptados, los participantes seleccionaron de en--tre las variadas opciones posibles dentro del vasto universo de la comunicación, tres áreas generales prioritarias para -recomendarlas a sus colegas de América Latina.

Además, conforme al objetivo central de la -estrategia recomendada, cada área seleccionada comprende dos aspectos fundamentales: a) un aspecto de diagnóstico y aná--lisis crítico; b) un aspecto de búsqueda de alternativas.

Las áreas de concentración seleccionadas son las siguientes: 1) formulación, refinamiento, prueba de teo--rías y métodos, sobre los diversos aspectos del proceso de -comunicación y su relación con el proceso de transformación social; 2) papel de la Comunicación en la Educación; 3) pa--pel de la Comunicación en la organización y movilización po--

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

A. Formulación, refinamiento y prueba de teorías y métodos

a) Fase de diagnóstico y análisis crítico

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

B. Papel de la comunicación en la educación

a) Fase de diagnóstico y análisis crítico

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

1) Los sistemas de educación tales como la enseñanza escolar, media y universitaria, la teleducación, la educación de adultos, etc. Se recomienda estudiar contenidos, métodos, medios de comunicación usados para detectar la influencia de las ideologías subyacentes.

2) Los sistemas públicos y comerciales de co

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

b) Fase de búsqueda de alternativas

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

C. Papel de la comunicación en la organización y movilización popular

a) Fase de diagnóstico y análisis crítico

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

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

movilización social con objetivos de transformación social.

Por otro lado, se recomienda efectuar estudios sobre las organizaciones de cada país que, actuando como sistemas de comunicación, pueden obstaculizar o facilitar la movilización popular y su participación en los procesos de decisión y de transformación.

Pautas generales sobre metodología

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

- Se recomienda utilizar metodologías múltiples, de tal modo que el análisis estructural-histórico, por ejemplo, pueda complementarse con análisis de tipo cuantitativo.

- El análisis cuantitativo debe operar en función de la interpretación cualitativa de los datos recogidos.

- La investigación debe tener siempre una naturaleza interdisciplinaria para poder enriquecer la aproximación al conocimiento científico.

- Los trabajos de investigación deben ubicarse en dos niveles claramente definidos. Primero, aquellos de análisis profundo y completo de la realidad, que implican

el uso de metodologías altamente refinadas y, luego, la posibilidad de enfoques mucho más sencillos que no por eso dejan de ser lo suficientemente útiles para los propósitos que se pretendan alcanzar.

- Como los grupos sociales sobre los que se hace la investigación tienen diferencias internas, los métodos deben diferir igualmente para poder descubrir en qué forma los procesos de la comunicación se cumplen en cada uno de los estratos diferenciados de los grupos sociales en estudio.

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

- La investigación temática se considera un método de importancia relevante, sobre todo, como un punto de apoyo en tareas futuras de movilización social.

- Para facilitar la selección de investigaciones relevantes para el proceso de transformación liberado

ra de nuestras sociedades, proponer a los investigadores que consideren las siguientes preguntas:

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

Se destaca la importancia de distinguir, en el trabajo de investigación, sectores sociales tales como - clases y estratos que por su diferenciación requieren enfoques diversificados.

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

- 1) Grupos rurales y urbanos marginados, que participan de la llamada "cultura de la pobreza", como algo diferenciable de la cultura dominante de la sociedad.
- 2) Grupos etarios tales como los de los niños, adolescentes y adultos.
- 3) Niveles ocupacionales o socio-profesionales distintos.

GUIA BIBLIOGRAFICA

CAMPO J., Manuel
SIMPLEMENTE MARIA Y SU REPERCUSION
ENTRE LAS CLASES TRABAJADORAS
Editorial Avance, Barcelona, 1975

De forma continua los M.C.S. se empeñan en dar a la sociedad un cúmulo de entretenimiento cuyo principal aderezo es la desvinculación total de la realidad imperante en esa misma sociedad. Este divorcio entre el individuo y el grupo social genera un "adormecimiento", una actitud acrítica del receptor de los Medios ante una realidad social que desconoce.

La justificación a ésta -INCOMUNICACION- propugnada por los M.C.S. es el "gusto del público" y con ello obivamente se está subestimando al hombre como ser racional.

En particular los medios audiovisuales, por sus características propias, son los más apropiados para ejercer en las "masas" populares la influencia antes descrita. Manuel J. Campo, un estudioso español de los M.C.S., -- preocupado por las consecuencias de los mensajes que esos me

dios generan ha realizado el estudio investigativo que ahora nos ocupa, con una idea motivadora muy concreta "Podemos incluir el fenómeno dentro de un esquema de interpretación cultural y decir que la clase dominante genera una cultura "para las masas" que las mantiene alienadas y atrofia su espíritu crítico y al decirlo no falseamos la verdad. Pero al carecer del instrumental que nos permitiría saber "como" se realiza esa manipulación, carecemos de la posibilidad de una interpretación crítica a fondo que nos permitiría una contrapropuesta. Se puede combatir una enfermedad cuando se conocen no solo sus síntomas, sino el lugar donde mora y el proceso que vive".

En síntesis Campos ha centrado su estudio en una radionovela argentina -Simplemente María- que fue "trasplantada" a España y otros países como Portugal, Mozambique, Angola y Venezuela.

Se realiza una lectura en profundidad de la novela, se descodifica la trama de significaciones de una manera didáctica. La "receptibilidad" se trata en general (mediante cuantificaciones de audiencias) y en particular mediante una encuesta sobre la relación mensaje-público dentro del campo obrero.

"Al acabar la lectura del trabajo puedo decir que estamos ante un libro llamado a cumplir distintos cometidos:

- Aportar algo a un método de investiga-

ción subcultural a los culturalizados.

- Concienciar sobre el papel de la subcultura.

- Proporcionar elementos para la comprensión del talante popular.

Es interesante ver como palabras aparentemente vacías llevan en sí mensajes cargados de contenido, de sugerencias de presiones para que el receptor adopte determinadas actitudes. Por ejemplo, en boca de uno de los actores - hay ideas como ésta: "No, pero lo averigué gracias a mi dinero. Con el dinero ababa una consiguiéndolo todo". El trabajo es un paso al éxito y éste equivale a dinero. María, una campesina al comienzo de la novela, termina siendo dueña de un complejo de confección en pocos años, gracias a un curso de corte y costura y a su voluntad por el trabajo.

En cuanto a la "identificación" de los receptores con el personaje de María, se comprobó que durante la emisión de la novela aumentó considerablemente el número de alumnas en las academias de corte y costura así como la compra de máquinas de coser Singer, que es la usada por la protagonista; esto a manera de ejemplo.

Queda la incógnita de hasta que punto muchas de las encuestadas están más interesadas en la radionovela o en problemas de tipo laboral que les afectan directamente - pues a pesar de que la encuesta formula preguntas que tratan de medir la postura de las entrevistadas frente al movimien-

to obrero, no se dan los resultados obtenidos a este caso en particular.

El libro de Manuel J. Campo cumple efectivamente una función de análisis en este contexto de los "culebrones" o novelas que diariamente atosigan a miles de receptores. Cae en muchas ocasiones, a nuestro parecer, en la repetición de elementos; los martilla de la misma forma en que los productores de las novelas las martillan en nosotros. Y es que aún cuando el análisis se realiza en el contexto de la sociedad española, puede ser perfectamente aplicado, por ejemplo a una Valentina, o la Zulianita, Martín Valiente; en fin es un análisis que lamentablemente puede ser aplicado a nuestros medios audiovisuales y que en definitiva constituye "materia de reflexión seria, e incluso grave".

M. G. L.

HERNANDEZ, J. Carlos
PERIODISMO, INFORMACION Y CONTROL DE MASAS
EN EL PENSAMIENTO DE ANTONIO GRAMSCI
Estudios de Información, Nº 23, Julio-Sept. - 1972

Si bien el ensayo de J. Carlos Hernández de ta de 1972 hemos considerado oportuna su reseña en vis-

ta del desconocimiento de la faceta informacional de Gramsci en nuestro medio.

El estudio sintetiza su pensamiento sobre la información, desparramado sobre todo en las obras: "Gli intellectuali e l'organizzazione delle cultura" (trad. "Cultura y literatura", ed. 62, Barcelona, 1968); "Literatura e vita nazionale"; "Il materialismo storico e la filosofia di Benedetto Croce" (trad. "Introducción a la filosofía de la praxis", ed. Península, Barcelona, 1970).

Gramsci define el moderno control de masas - como "el poder efectivo que ciertas clases y grupos del status tienen sobre los medios de comunicación públicos, poder el cual puede ejercerse por diversos métodos, todos ellos caracterizados por la manipulación de la opinión pública de acuerdo a los intereses de clase definidos por la ideología dominante" (p. 38). La función de este control es la de mantener una mixtificación de la realidad, justificar el aparato represivo, y ligar al sistema las masas desprovistas de conciencia de clase. De esta forma "se pretende dar una imagen simplificada del mundo y, falseando de tal forma la realidad, privar al individuo de los elementos de conocimiento que le permitieran llegar a tomar conciencia de sí mismo".

Por eso, según Gramsci, urge investigar hasta qué punto la lucha ideológica permite -en un período histórico determinado- la destrucción de concepciones mistificadoras (...) creando la necesidad del conocimiento científico

como un primer paso para la liberación de las conciencias institucionalizadas y la realización de la esencia humana.

El periodista integral será aquel que "no sólo pretende satisfacer todas las necesidades (...) de un público, sino que quiere crear y desarrollar estas necesidades y, por consiguiente suscitar, en cierto sentido, su público y ampliar progresivamente su área" (p. 40). La -- función básica de la información racional es la de "atacar sin tregua a la prensa que confunde lo particular con lo - universal, aquella que, no expresando más que un sentido - de clase, pretende absorber y subsumir la realidad conflic- tiva en falsas proyecciones lineales, haciendo ininteligible a la generalidad de los individuos las relaciones que dan significado y concreción a los fenómenos inmediatos - que se presentan como realidad cotidiana pretendidamente - justificada con el mero hecho de su misma existencia" (p. 41).

Gramsci también elaboró el tema de la es-- tructura en las publicaciones-tipo y una guía metodológica de secciones para un periodismo integral, así como también trató de dilucidar las relaciones entre la libertad e in-- formación racional.

En resumen, según J.C. Hernández, la línea conductora del planteamiento de Gramsci es la del paso de la forma ideológica al contenido científico, transformación en la que pueden distinguirse los siguientes procesos:

1) Unificar la forma y el contenido

2) lograr el paso de la actuación inconsciente a la consciente científica (de pautas de conducta mecánicas a pautas de comunicación racional) de modo que se cumplan "los fines de construcción de la opinión pública como verdadera expresión de la intencionalidad consciente de los individuos sociales como totalidad humanizada".

3) efectuar la necesaria correspondencia entre racionalidad de la información y estructura social por la necesaria racionalización de la infraestructura social.

4) entre tanto mantener la lucha ideológica para la construcción de un sistema de comunicación que sirva a toda la sociedad.

El ensayo de J.C. Hernández ofrece en una síntesis coherente y con un estilo claro las concepciones sobre la información de un genio como Gramsci, cuya lectura es muy poco accesible en nuestros medios periodísticos.

J. M. A.

INFORMACIONES

CERRADO POR 3 DIAS UN CANAL DE T.V.

En las diversas discusiones que se han efectuado a propósito de la libertad de expresión, ha quedado evidenciado, de manera tácita, que hay una especie de zona neutra, determinada por las Leyes del Estado, donde esa libertad encuentra sus justos y necesarios límites. El Estado Democrático, a pesar de esa pequeña zona marginal, garantiza la libertad de expresión. De ahí en adelante el problema se ubica en las presiones -económicas, políticas y gubernamentales- que se ejercen sobre los medios que están en capacidad de manejar y desarrollar esa libertad de informar y expresarse. La polémica tradicional ha caído en este segundo terreno. Los detractores de la "libertad -- existente en el país" afirman que ésta es nula por cuanto ella está sometida al exclusivo criterio de los dueños de los medios. Estos, por el contrario, afirman que esa misma libertad es absoluta.

Ya lo hemos afirmado en diversas oportunidades desde estas mismas páginas, la libertad de expresión

que existe en nuestro país es ciertamente más abierta que la que se estila actualmente en la gran mayoría de los países del continente, pero esa misma libertad, -necesario es afirmarlo-, se encuentra fuertemente sometida y presionada por los sectores empresariales que poseen y manejan los medios de comunicación social. Las limitaciones a la libertad de expresión se dan, por lo tanto, desde las Cámaras empresariales que deciden y manipulan la información según el exclusivo criterio de sus intereses particulares.

Esta situación, sin embargo, se vió drásticamente dislocada por unos hechos inesperados ocurridos en el país. A raíz del secuestro del industrial norteamericano William F. Nihous por parte de un grupo subsersivo, el Gobierno, -en una medida bastante común en estos casos-, impuso algunas limitaciones a la información que sobre el secuestro pudieran suministrar los medios. Esta misma medida alcanzó niveles extraordinarios (únicos en nuestra historia periodística) cuando el Canal 2, RCTV, fue suspendido por casi tres días. La situación cambiaba así aparatosamente. Los medios de comunicación social, -es decir, las Cámaras de Industriales que los manejan-, pasaban de victimarios de la libertad de expresión a ser sus víctimas directas. Por otra parte, la medida contra la emisora de televisión fue acompañada por la confiscación de un diario "La Verdad" y por el extraño corte de las comunicaciones de una agencia extranjera (France Press).

No queremos abordar en estas cortas líneas todo el debate que se produjo a raíz de semejantes medidas. Los propietarios de los medios, con todo el poder que poseen, lanzaron una desaforada protesta por esa libertad de expresión que les había sido eliminada. Creemos que el problema real, el de la verdadera libertad de expresión, no se da en estas protestas de los empresarios. Como lo hemos venido afirmando, la verdadera libertad se maniatada y se obstruye desde mucho antes, desde el muy preciso filtro que imponen esos mismos industriales según la limitada óptica de sus intereses particulares. La libertad de expresión, por ello, no sólo es limitada ahora por estas medidas del Gobierno sino que ella misma ha sido abiertamente obstruída por el poder de las Cámaras empresariales que ahora, insólitamente, se le presentan a la opinión pública como las víctimas de una exagerada acción gubernamental.

LA S.I.P. SE REUNIO EN ARUBA

"A medida que pasa el tiempo es más estrecho el ámbito de la libertad de prensa en las Américas". Así comenzaba el informe que, a nombre de la comisión que preside, presentó el delegado de Santo Domingo, Germán E. Ornes a la asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, reunida en la isla de Aruba en los primeros días de este mes de abril.

No es posible en un breve comentario, en--

trar a hacer el análisis detallado del informe ni, menos, ha-
cer un estudio sobre el complejo problema de la libertad en
el campo de las comunicaciones. No queremos, con todo, de-
jar de hacer algún señalamiento sobre dicho informe, así co-
mo sobre la intervención en la asamblea de la delegación ve-
nezolana.

El informe es realmente objetivo al indicar
que en América Latina no hay apenas oportunidades de ejercer
el derecho humano fundamental de expresar, pública y libre-
mente, el propio pensamiento. Donde el informe se torna con-
fuso e incoherente es a la hora de analizar las causas de -
esa lamentable situación.

Nosotros pensamos que existen dos tipos de -
sistema político en los que la libertad de expresión es prác-
ticamente imposible: el sistema en el que todo el poder se -
concentra en una minoría política y el sistema en el que to-
do el poder se concentra en una minoría económica. El prime-
ro se conoce como "dictadura" y el segundo como "democracia
capitalista". El único gran enemigo de la libertad de expre-
sión es la concentración de poder.

Eso parecieran no acabar de entenderlo los -
señores de la Sociedad Interamericana de Prensa. En vez de
estar viendo por todas partes el fantasma del comunismo, se-
ría más práctico que aprovecharan a tiempo los escasos már-
genes de libertad que aún quedan en América Latina para prom-
over sistemáticamente la formación y activa participación de

las grandes mayorías del continente en la toma de decisiones políticas, lo cual supone naturalmente la paralela incorporación de esas mayorías a la posibilidad real de decisiones económicas. O bien los medios de comunicación se orientan a dar una efectiva libertad de comunicación a todos o pronto no habrá libertad para ninguno. La libertad de expresión sólo podrá darse donde exista una verdadera democracia social. ¿Comprenderá alguna vez la S.I.P. que, en América Latina, a los defensores de la democracia no les queda otra salida sino combatir la injusticia social, en la comunicación y por la comunicación? ¿Seguirán confundiendo capitalismo y democracia? ¿Permitirán los centros de poder económico, de los que los medios de comunicación están obligados a depender en el actual sistema, una equitativa distribución social de ese mismo poder económico que ellos controlan? Preguntas de difícil respuesta, que en todo caso, sólo a la S.I.P. corresponde responder.

La participación de la delegación venezolana ante la asamblea era esperada con interés, después de los recientes acontecimientos nacionales en los que, con ocasión de la información sobre el secuestro del señor William F. Niehaus, el gobierno interviniera transitoriamente algunos medios privados de comunicación de masas. El informe de la delegación venezolana viajó a Aruba lleno de comedimiento y moderación. En el mismo se trató de restar importancia a los recientes acontecimientos y se tuvo especial interés en recalcar que, a pesar de esos deplorables

inconvenientes, "en Venezuela existe libertad de expresión e información".

I SEMINARIO VENEZOLANO DE RADIODIFUSION SONORA

Durante los días 20 al 25 de abril se llevó a cabo en el Parque Central, el Primer Seminario de la Radiodifusión Sonora. La Radiodifusión en nuestro país lleva ya 45 años actuando como industria. La Radio, no solamente en Venezuela, sino también en la mayor parte del mundo, se inserta dentro de la tesis que Teodoro Adorno bautizó con el nombre de Industria Cultural. Este término hace referencia al proceso por medio del cual las ideas, el arte, la cultura en general, toman el valor de lo económico y las características de lo económico, pasando a formar parte de la compra, la venta, la presión, el manejo, la rápida sustitución, la superficialidad, la esquematización, la igualación de los mensajes, entre otros muchos elementos.

Poco más o menos bajo este concepto ha crecido en Venezuela "una poderosa industria de la Radiodifusión que comprende hoy por hoy más de 150 emisoras diseminadas a todo lo largo y ancho del país y en capacidad de actuar tanto positiva como negativamente a la totalidad de nuestros doce millones de habitantes". Y como agrega el Presidente de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión, "durante las 24 horas del día". Sin embargo, a pesar de su total pasividad frente a la radio, el individuo, inmerso en la industria

cultural es, de hecho, impelido a comportamientos, es decir, es impelido a "actuar" según los mensajes emitidos -- por la radio y el resto de los medios de comunicación. El modo en que estas influencias se van ejerciendo van acondicionando una observación pasiva hacia una posterior conducta en ella, que, cuando menos en alguna parte, está influenciada por esos mensajes.

Los temas que se trataron en este primer Seminario confirman esta tesis. Valorización de la radio como medio; Estrategia en el uso comercial de la radio; Verificación y medición del medio radial; La radio y las relaciones públicas; Aspecto sociológico del medio radial en la actualidad venezolana... y otros. De esta muestra y de los organismos que están presentes -Fedecámaras; Consejo Venezolano de la Industria de la Publicidad; Consejo Nacional del Comercio y de los Servicios; ANDA; FEVAP... y otros- ya podemos sacar conclusiones de hacia qué rumbos se encaminó este Seminario.

Gráfico

TIPOS DE ESCUELAS POR PAISES, ENERO 1970

COM NIVEL UNIVERSITARIO-66 SIN NIVEL UNIVERSITARIO-13

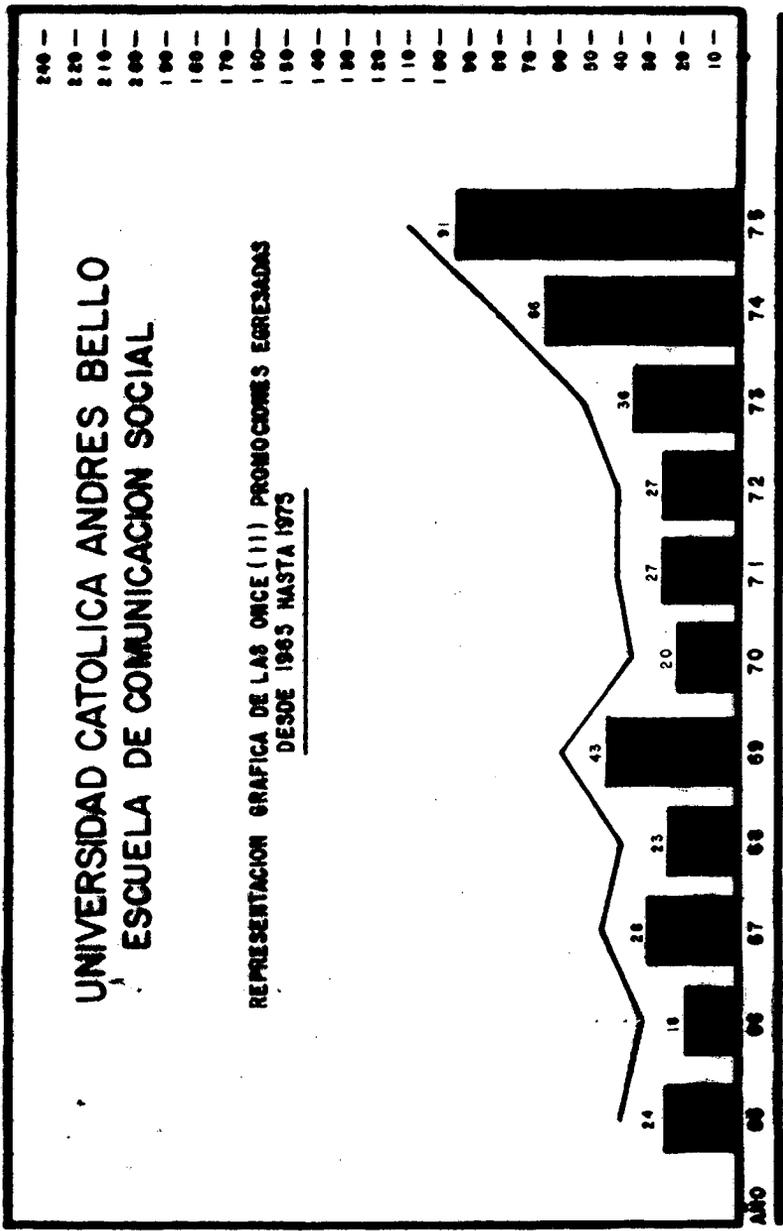
PAIS	ESCUELAS	PUBLICA	CATOLICA	PARTICULAR	ASOC. PERIOD.	PARTICULAR
ARGENTINA	16	2 (2)*	1 / (2)*	1	2	6
BOLIVIA	1	1				
BRASIL	24	11	7	1 (3)*		2
CHILE	5	2	2	1		
COLOMBIA	4	1	2	1		
COSTA RICA	1	1				
CUBA	1	1				
REP. DOMINICANA	2	1				1
ECUADOR	2	2				
EL SALVADOR	1	1				
GUATEMALA	1	1				
MEXICO	6	3	1 (3)*	1		
NICARAGUA	1	1				
PANAMA	1	1				
PARAGUAY	2	1	1			
PERU	6	3	3		2	
VENEZUELA	3	2	1			
TOTALES		34 (2)*	19 (5)*	5	3*	9

* LOS NUMEROS ENTRE PARENTESIS REPRESENTAN A LAS ESCUELAS QUE AUN NO ESTAN AFILIADAS A UNA UNIVERSIDAD PERO QUE REQUEREN EDUCACION SECUNDARIA COMPLETA PARA INGRESO A SUS CURSOS QUE OTORGAN DIPLOMAS.

M CHIRINOS

UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

REPRESENTACION GRAFICA DE LAS ONCE (11) PROMOCIONES EGRESADAS
DESDE 1965 HASTA 1975



M Chirinos

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

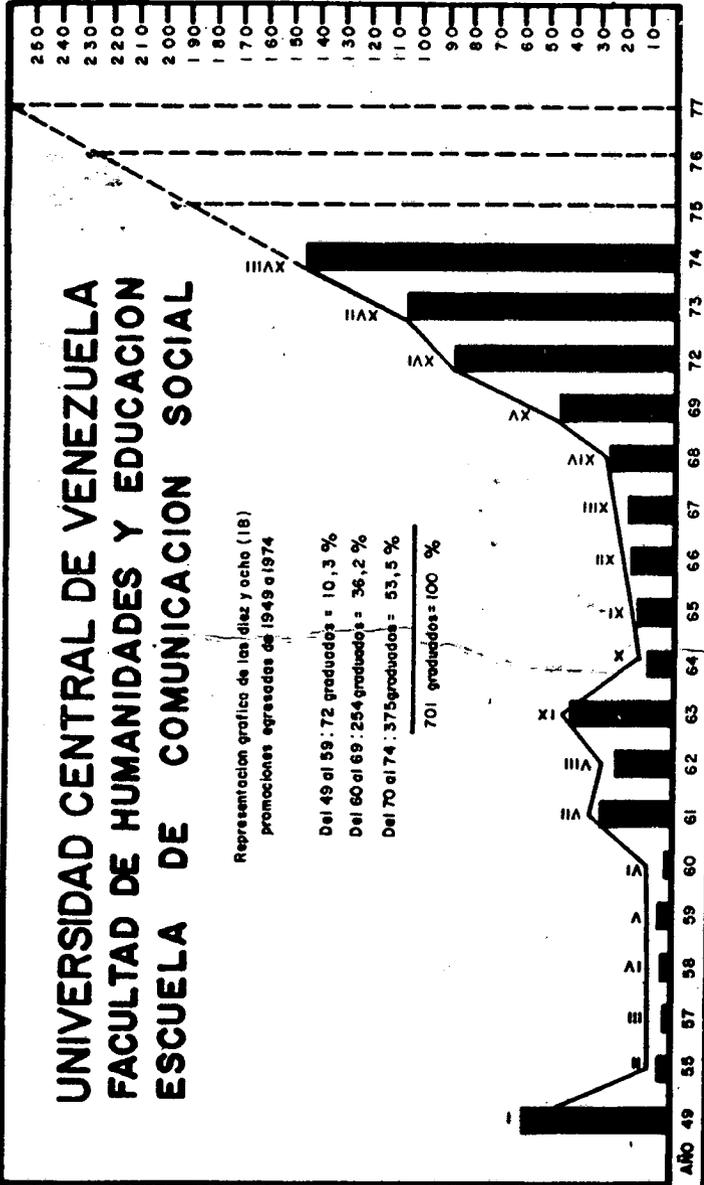
Representación grafica de las diez y ocho (18)
promociones egresadas de 1949 a 1974

Del 49 al 59 : 72 graduados = 10,3 %

Del 60 al 69 : 254 graduados = 36,2 %

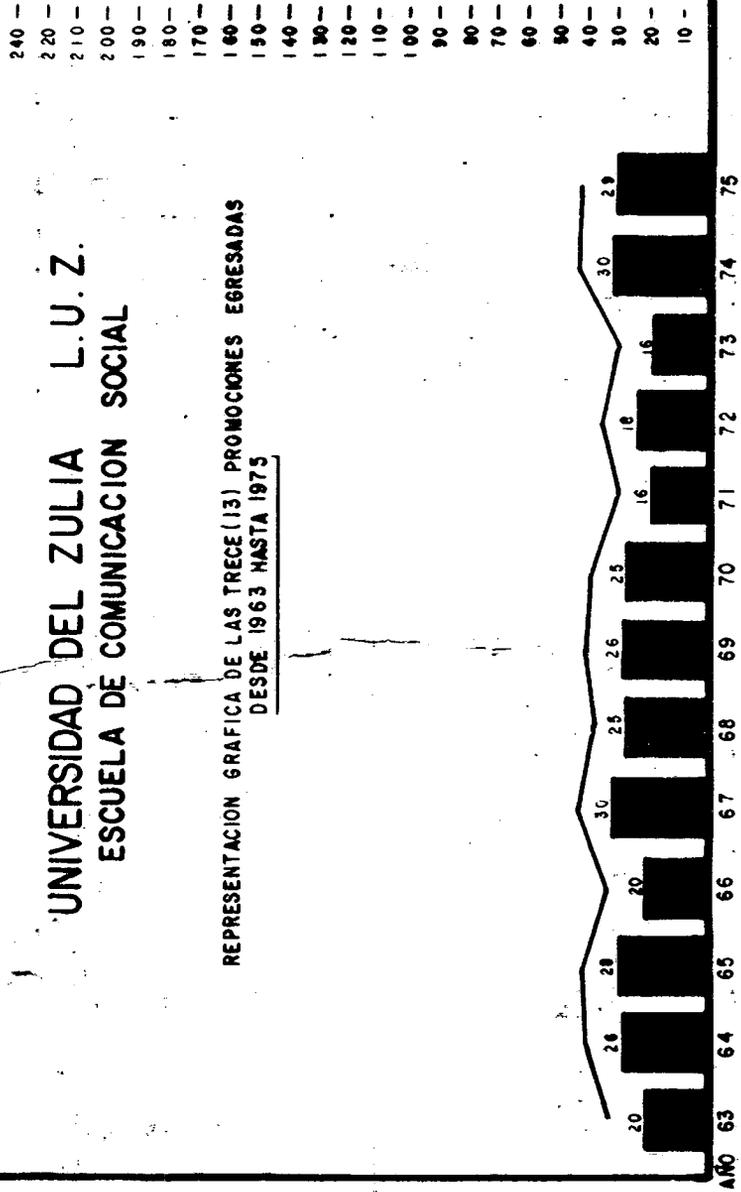
Del 70 al 74 : 375 graduados = 53,5 %

701 graduados = 100 %



UNIVERSIDAD DEL ZULIA L.U.Z. ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

REPRESENTACION GRAFICA DE LAS TRECE (13) PROMOCIONES EGRESADAS
DESDE 1963 HASTA 1975



Números Publicados

- 1.- COMUNICACION E IDEOLOGIA**
- 2.- COMUNICACION Y CULTURA**
- 3.- COMUNICACION Y PUBLICIDAD**
- 4.- LA CULTURA POPULAR**
- 5.- PRENSA Y LEY DEL PERIODISMO**
- 6.- CINE NACIONAL**





**CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL
"JESUS MARIA PELLIN"**

Apartado 20133 · Teléfono: 42.40.01
CARACAS (102) · VENEZUELA