

**TELENOVELAS PRO-DESARROLLO****8**

La gente ama a las telenovelas. Es uno de los formatos de mayor éxito utilizado por algunos precursores para difundir mensajes pro-desarrollo. Televisa, Univisión, Galavisión son parte del mismo imperio que ya cubre América Latina, Estados Unidos y Europa. Hay que conocerlo.

Everett Rogers, Arvind Singhal, Rosa Costa Crispim, Arnaldo Beltrami, Miguel Sabido, Rubén Jara, Gilda Rota y Claudia Benassini.

INVESTIGACION Y POLITICAS DE COMUNICACION**42**

La investigación administrativa y la crítica, objetivos, metodología, resultados y las nuevas líneas planteadas por los investigadores del Norte, el Tercer Mundo, los países capitalistas y socialistas deben ser analizadas, utilizadas o rechazadas.

Valery Pisarek, Rafael Roncagliolo, Marlene Cuthbert, Marta Rodríguez y Jorge Borden.



ENTREVISTA A: JUAN DIAZ BORDENAVE <i>Juan Braun</i>	38
INVESTIGACION DE MEDIOS <i>Anita López Arjona</i>	62
NOTICIAS	2
NUEVAS TECNOLOGIAS	4
ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
LIBROS	67

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI.

Carta del editor

Las telenovelas son el género de mayor audiencia en todo el mundo. Millones de telespectadores lloran y lloran todos los días en sus hogares sentados frente al televisor. Para captar esta audiencia con mensajes pro-desarrollo, estrategias que combinan la educación y el entretenimiento están siendo diseñadas y probadas por los creativos de las mayores cadenas de televisión como Televisa y su hermana Univisión, Globo de Brasil y Doordarshan de la India. Y sus productos han sido una treintena de telenovelas de contenido social, entre ellas Acompañame, Vamos Juntos, Roque Santeiro y Nosotros, la Gente.

Pero, atención. Estas estrategias están basadas en teorías de Bandura, Skinner y las escuelas funcionalista y conduc-

tista norteamericana. Y tienen mucho éxito. Conclusión: Existen. Se las toma o se las deja.

El Dr. Asdrúbal de la Torre es el nuevo Director General de CIESPAL. Anteriormente desempeñó las funciones de Director Administrativo de la institución.

El Dr. Luis E. Proaño se ha alejado de CIESPAL después de 10 años de fructífera labor como Director General. Ocupa actualmente el puesto de Secretario Nacional de Comunicación Social del Ecuador.

¡Felicitaciones!

Juan Braun

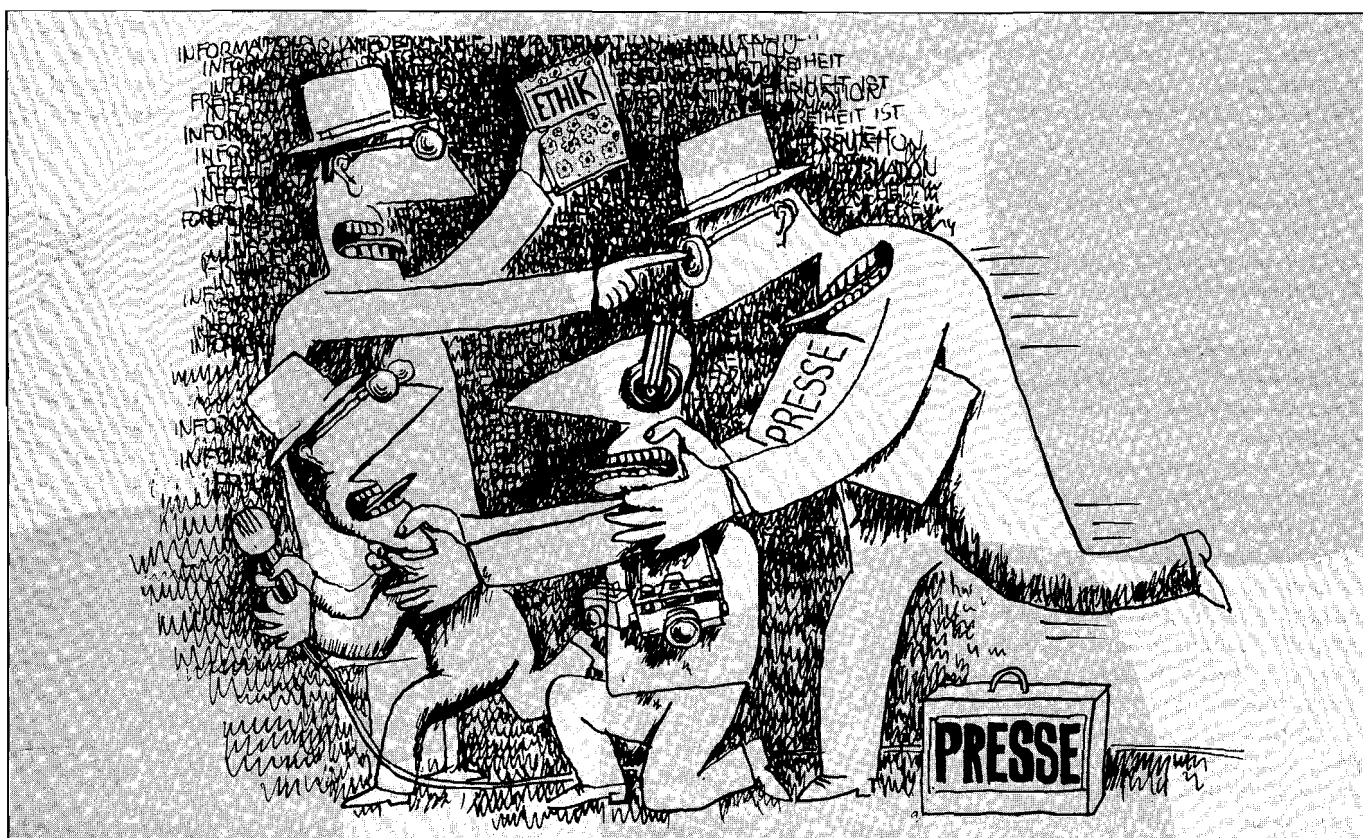
DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS.COMITE EDITORIAL EJECUTIVO: Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Andrés León. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil); Reinhard Keune

(Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584, Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 524-177.

Investigación y políticas de comunicación

Existe una increíble diversidad de instituciones dedicadas a la investigación y estudio de la comunicación. Pero sus líneas de trabajo no están coordinadas y los resultados tienen poca difusión y rara vez se aplican en la vida real. Además, la investigación crítica, popular en América Latina, se halla en conflicto directo con la administrativa, más utilizada en la escuela europea. Hay grandes limitaciones: La económica, la falta de políticas concretas de investigación y de una visión latinoamericana integradora y común ante los nuevos desafíos que plantean, por ejemplo, las nuevas tecnologías.

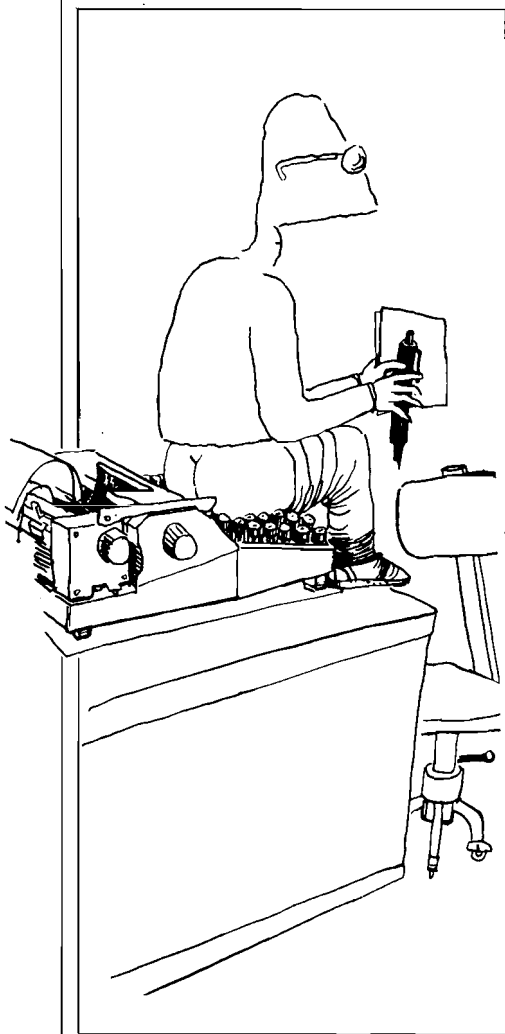
Se incluyen artículos de Valery Pisarek, Rafael Roncagliolo, Marlene Cuthbert, Marta Rodríguez y Jorge Borden.



Valery Pisarek

¿Hacia dónde va la investigación?

La delimitación del campo de la investigación de la comunicación, aceptable para la mayoría de aquellos involucrados e interesados en el tema, es tan difícil que da la impresión que es imposible realizarla. Pero ése no es el objetivo de este ensayo. Tampoco es el propósito resolver antiguas discusiones sobre cuál es el verdadero objetivo de la investigación de la comunicación, si esta es una disciplina independiente, cuáles métodos investigativos deben primar, etc. Pero no es posible ignorar completamente todos estos problemas si la intención de este trabajo es que pueda ser utilizado eficientemente por los investigadores de la comunicación familiarizados con estas preguntas y por aquellos que no lo son.



Valery Pisarek, polaco. Comunicador y Director del Centro de Investigación de la Prensa de Cracovia, Polonia.

DELIMITACION DEL CAMPO

Las dificultades para delimitar el campo de la investigación de la comunicación surgen de razones teóricas, históricas, institucionales y político-ideológicas substanciales. Cada uno de estos cuatro grupos de razones merece un comentario aparte.

Razones Teóricas. Entre las razones substanciales teóricas surge, primeramente, una inquietud acerca de la falta de definición del objeto sometido a investigación y su campo. Suponiendo que se reconozca a la comunicación como "una actividad individual y colectiva que abarca toda transmisión y participación de ideas, factores y datos", dentro de la investigación de la comunicación, además de la lingüística, se pueden poner todas las filologías, historia de la literatura, arte, cultura, así como también, considerables partes de la sociología, psicología y muchas otras disciplinas. También sería de muy poca ayuda complementar la definición arriba mencionada añadiendo que lo que más importa en la investigación de la comunicación son los "aspectos sociales" de esta "actividad individual y colectiva". Por ello, la **superdisciplina universal de investigación de la comunicación existe más como un postulado que como una realidad**; en vez de eso, existen y se desarrollan varias investigaciones particulares sobre la comunicación y, entre ellas, investigaciones sobre la comunicación colectiva, a pesar de los augurios que indican que es un área muerta.

Razones Históricas. Con excepción de los Estados Unidos y algunos países de Europa Occidental, la mayoría de los investigadores en comunicación son reclutados entre graduados de facultades tradicionales como filosofía, filología, historia, economía, leyes, etc. Esto significa que estos investigadores son, en su esencia, filólogos, historiadores, economistas, abogados, etc. Y si se toma en cuenta el hecho de que en un gran número de países la investigación de la comunicación no ha sido reconocida oficialmente como una disciplina universitaria, se tiene que asumir que en el futuro los investigadores en comunicación serán reclutados entre lingüistas, filólogos, economistas, etc. De modo que seguirán siendo, prácticamente, autodidactas y como antes y ahora, tendrán la tendencia de mirar los problemas de la comunicación dentro de la sociedad desde el punto de vista de sus disciplinas "maternas". Más aún, se identificarán más con sus disciplinas maternas que con la investigación de la comunicación. Estas son las razones históricas que hacen difícil la delimitación de la investigación de la comunicación.

Razones Institucionales. Las razones históricas también refuerzan el papel de las razones institucionales. El hecho de que materias como comunicación, comunicación social, comunicación colectiva o comunicación pública no se las tome en cuenta como disciplinas universitarias o, por lo menos, como cursos de nivel universitario, impide —en algunos países— la organización

de sólidas instituciones que puedan especializarse en investigaciones y estudios sobre aspectos sociales de la comunicación humana. Uno de los resultados de lo que se acaba de decir es la **increíble diversidad de centros dedicados a la investigación y estudios de la comunicación**. Además de diferentes instituciones pertenecientes a universidades y academias científicas, por ejemplo, facultades, institutos, secciones, cátedras de periodismo, sociología, sicología, filología, ciencias políticas, historia, etc.; se incluyen también, instituciones de investigación de distintas organizaciones de medios, por ejemplo: radio, televisión, editores de prensa, agencias publicitarias, centros de investigación que trabajan para el gobierno, partidos políticos, organizaciones científicas, compañías profesionales y sociales, asociaciones, así como también, centros de investigación comercial. Algunos de estos centros trabajan solamente para un auspiciante o sirven a muchos clientes dentro y fuera del país y otros, como las instituciones sin fines de lucro, son auspiciados por el estado, fundaciones, organizaciones, etc. Solamente una pequeña parte de estas instituciones confinan sus intereses a la investigación sobre comunicación, ya que, a escala mundial, **la mayoría de estos estudios e investigaciones de la comunicación se originan fuera de los centros regulares de investigación de la comunicación**

Razones Político-Ideológicas. La cuarta razón para las dificultades en la delimitación de la investigación de la comunicación y, la más importante, al menos para algunos teóricos, ha sido el hecho de que la investigación de la comunicación social y, hasta en un plano más elevado, la investigación de la comunicación colectiva, está más relacionada con la política y la ideología que otras disciplinas científicas. En realidad, lo mismo puede decirse sobre la sociología y la politología, pero el carácter político-ideológico de la investigación de la comunicación es particularmente visible. Esto resulta del objeto mismo de la investigación (los medios son o pueden convertirse en un instrumento de actividad política), de la evaluación de este objeto (el criterio de evaluación tiene, usualmente, motivaciones políticas o ideológicas), y del objetivo de la investigación (que también es generalmente determinado por la ideología del auspiciante). **De modo que no solamente los medios se convierten en instrumento de la política sino, también, la investigación de los medios.**

NOMBRES DE LA DISCIPLINA

Teniendo en cuenta las condiciones teóricas, históricas, institucionales y políticas de la investigación de la comunicación mencionadas más arriba, no puede sorprender el hecho de que a esta disciplina no se le haya adjudicado

hasta ahora un nombre universalmente aceptable. Hasta cierto punto es entendible, particularmente en vista de que la investigación de la comunicación es, como disciplina, más un sueño que una realidad. Por lo menos, lo mismo puede decirse, hasta cierto grado, de la investigación de la comunicación colectiva. Además, en lo que respecta a esta estrecha disciplina, **la investigación en varios países se está llevando a cabo bajo diferentes encabezados**, incluyendo la sociología, sicología, ciencias políticas, leyes y otros. También la investigación de esta clase se realiza bajo el título de periodismo, ciencia de la comunicación colectiva, de comunicación social, de la prensa, investigación de medios, investigación sobre medios colectivos de información y propaganda o, más concisamente, investigación sobre información colectiva y propaganda. Al constatar la falta en los catálogos de las bibliotecas de un rubro que corresponda a "comunicación colectiva", no se debe suponer que no se encontrarán libros dedicados a estos problemas en dichos centros.

Muchos de los encabezados mencionados anteriormente que reemplazan al de "investigación de la comunicación colectiva", reflejan las características específicas, reales y verdaderas de áreas particulares de la investigación de la comunicación. Lo mismo puede decirse acerca de la "investigación publicitaria" o "investigación de la comunicación educativa"; ambas parecen estar motivadas enteramente por la especificidad del tema de la investigación.

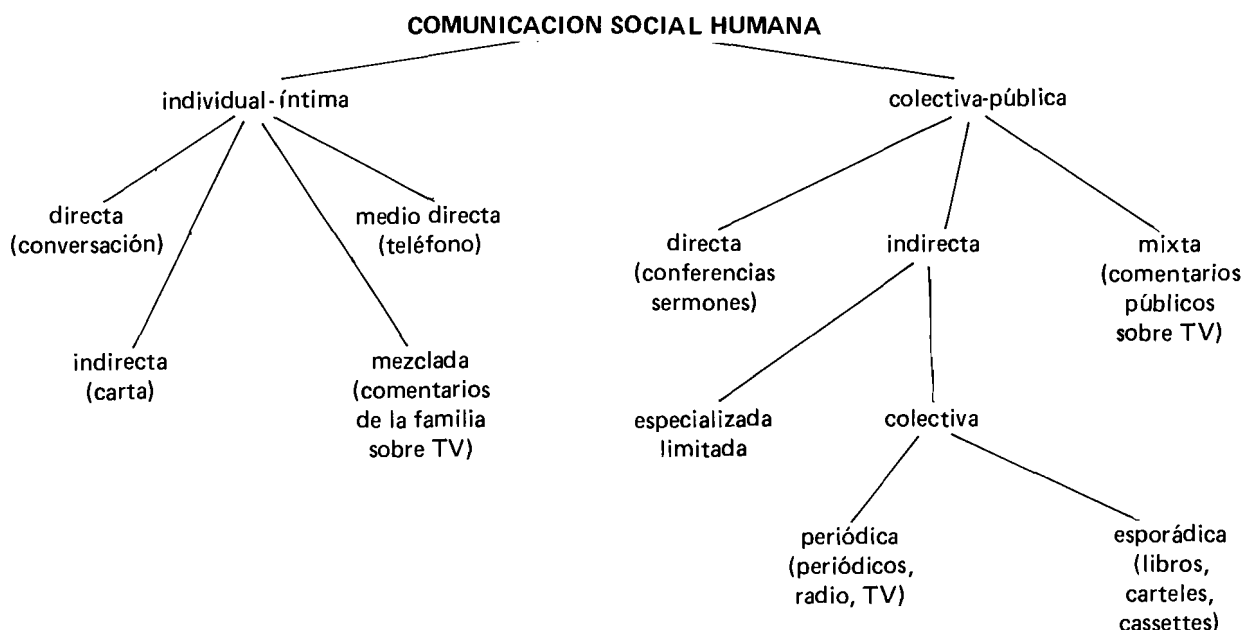
La diferencia entre el término "comunicación social", usado principalmente por los países neolatinos y por los investigadores católicos y el término "comunicación colectiva", utilizado en Norteamérica, el Norte de Europa y en Europa Central, ha sido justificado en parte ideológicamente, substancialmente y en parte cultural y lingüística. En la década de los 70, la justificación cultural y lingüística de ambos términos fue obvia. En la década de los 80, cada uno de estos tenía un contenido diferente aunque, en la literatura católica la prensa, radio y televisión continúan siendo más de carácter social que medios colectivos de información y comunicación.

Algunos de los nombres son, en ocasiones, básicamente justificados por la tradición nacional. Como ejemplos podemos citar, entre otros, el nombre holandés "perswetenchap" y el pola-



Un gran número de expertos consideran que la noción de los "nuevos medios" es un truco comercial (Armand Mattelart)

Figura 1. Tipología de la comunicación basada en la clase de contacto entre las partes en el acto de comunicarse.



co "prasznowstwo", donde los prefijos "pers" y "praso" denotan hoy, no solamente la prensa escrita sino, también, la radio, televisión y otros medios. Algunas veces, el nombre nacional corresponde también al área específica de la investigación sobre comunicación; por ejemplo West-German Publizistik-wissenschaft. Tal variedad de nombres hace aún más difícil examinar las fuentes de investigación y documentación con respecto a la comunicación.

DIVISION DEL CAMPO

Entre los diferentes criterios usados para dividir el fenómeno llamado comunicación, están los criterios basados en el tipo de contacto entre el comunicador y el receptor, o entre las partes que actúan en la comunicación, según se representa en la Figura 1.

Otro criterio sobre la división de la comunicación como objeto de investigación puede derivarse del siguiente modelo de acto comunicativo: MENSAJE, como una unidad de CONTENIDO y de FORMA, creado con cierta INTENCION por el COMUNICADOR de acuerdo a los requerimientos de un CODIGO particular, que llega al RECEPTOR mediante un CANAL en un LUGAR y TIEMPO específico y dentro de ciertas ESTRUCTURAS sociales-culturales-políticas-económicas, que pueden ser seguidas por ciertas CONSECUENCIAS.

Además del contenido y la forma del mensaje, los siguientes son los criterios que encuadran los propósitos de su "función intencional"; criterio del comunicador, código, alcance territorial o social, tiempo, contenido político-cultural, canal y por último, receptor y consecuencias del mensaje. Aunque no hay aquí espacio para presentar detalladamente la clasificación de los intereses de los investigadores en comunicación, se hace necesaria una corta explicación. Cada uno de esos criterios introduce un cierto número indefinido de categorías de los asuntos de interés para la investigación. Por ejemplo, si se toma un criterio de "propósito", el de "función intencional" de la comunicación, se ve que éste introduce categorías de formación, educación, propaganda, publicidad, entretenimiento, innovación, socialización, polarización, etc. También, las categorías resultantes del criterio de "comunicador" seleccionan diferentes clases de instituciones, por ejemplo, gobierno, agencias de prensa, consorcios de publicidad o diferentes grupos ocupacionales que juegan el papel de comunicadores —periodistas, publicistas, autores de cartas al editor.

Usar estos criterios y otros parecidos para la clasificación del contenido de publicaciones periódicas importantes y anuarios dedicados a la investigación de la comunicación, da la oportunidad

de establecer categorías de interés para los investigadores.

TENDENCIAS RECIENTES DE LA INVESTIGACION

Se puede empezar por el criterio basado en el tiempo de contacto existente entre las partes en el momento de la comunicación, como está especificado en la Figura 1. El contenido de varias publicaciones internacionales especializadas en comunicación, de reciente aparición indica que en la investigación de la comunicación el interés en la comunicación colectiva periódica predomina todavía sobre otros tipos de comunicación social. Sin embargo, el grado de esta dominación disminuye considerablemente con el crecimiento del interés en los nuevos medios, particularmente en el video así como también, en la comunicación que no está relacionada con los medios. En las conferencias sobre investigación de la comunicación se puede escuchar, cada vez más a menudo, que la comunicación colectiva se ha convertido en algo del pasado, que está fuera de moda en cuanto a ser un objeto de investigación y que su futuro está determinado por el interés en nuevos medios. Pero también por el otro lado, surge la opinión de un gran número de expertos que expresan que la noción de "nuevos medios" es un truco comercial, ya que los llamados "nuevos medios" no son abso-

lutamente nuevos y su contenido es, en el fondo, producido masivamente.

Tomando en cuenta el criterio de propósito —intenciones, razones, función intencional— del mensaje o acto de comunicación, se puede llegar a la conclusión de que en la investigación de la comunicación en la década de los 80 dominaba el interés en el papel de la comunicación en procesos de socialización, integración, politización y aculturación; sin embargo, se pueden notar fácilmente las diferencias entre los argumentos de América-Europa Occidental y Europa Oriental. Los primeros, generalmente consideran el papel social o las consecuencias sociales del flujo de la información suministrada a las comunidades, mientras que los segundos tratan la información como una herramienta para formar intencionalmente la conciencia de la sociedad.

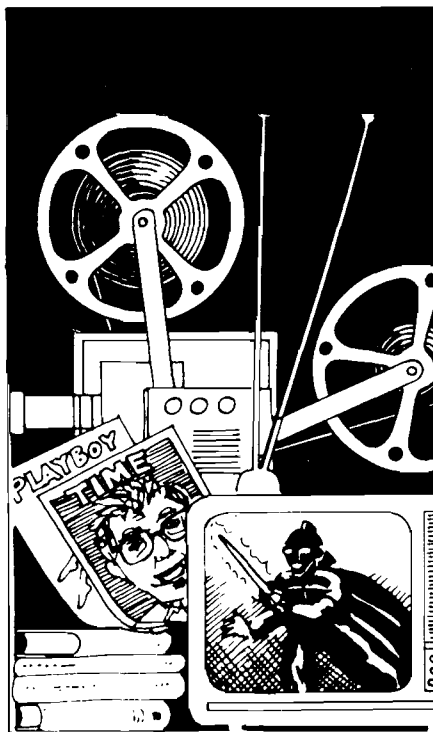
Parece que, en comparación con la década de los 70, ha disminuido el interés de la investigación en las funciones informativas, educativas, innovadoras, publicitarias y de entretenimiento de la comunicación. Estudios sobre la información en los medios han estado demostrando durante muchos años, principalmente, cómo los medios deforman la imagen del mundo.

Entre los posible comunicadores, actualmente una institución —casa editora, agencia de información, gobierno y hasta “negocios importantes e instituciones industriales”— es más frecuente que se dediquen a investigar que una sola personalidad o un grupo de personas, por ejemplo periodistas y editores.

En la década de los 80, los intereses de los investigadores en comunicación se extienden a diferentes categorías de códigos y canales. Aunque predomina el interés en textos escritos o verbales, como los códigos, hoy día en comparación con la década del 70, han aumentado el número de publicaciones dedicadas a la comunicación visual no verbal y audiovisual y aquellas dedicadas a la música especialmente para la juventud. La caída del predominante interés en la prensa escrita (considerada particularmente como un canal aislado) y el aumento del interés en todo el sistema de comunicación y “nuevos medios” (sobre todo, el video, las computadoras, cassettes y televisión por satélite y cable) es típico de la investigación de la comunicación en la década de los 80.

Una característica peculiar de la presente década pareciera ser el aumento del interés de los investigadores por varias categorías de receptores en “desventaja”, como son los niños, mujeres, personas mayores y las minorías nacionales.

En relación a la envergadura del campo de la comunicación en el presente, los investigadores ponen su atención en dos extremos: la comunicación internacional e intercultural y la comunicación local o limitada, pero en un sentido distinto al territorial;



por ejemplo, seguidores de alguna religión o ideologías. Según el criterio tiempo, se puede aventurar la hipótesis de que crecerá el interés en el futuro de la comunicación social y colectiva a costa del interés en su pasado.

Parece que la década de los 80 ha provocado una disminución de la investigación sobre la efectividad del impacto de los mensajes persuasivos. Las consecuencias de la comunicación social son consideradas, más bien, en las categorías de su papel cultural e histórico; y se refieren no solamente al pasado y al presente, sino también, al futuro. Cuando se discute sobre el futuro se encuentran opiniones de que la tecnología de la comunicación interactiva revolucionará la educación, la política, el mercado, la organización, los medios colectivos y la vida intelectual

y social. De particular interés para los investigadores han sido las conexiones entre el sistema de canales de comunicación y su contenido por un lado, y el contexto cultural y político-económico por el otro. Este campo incluye muchos estudios y publicaciones dedicadas a la política de la comunicación. Estos, algunas veces describen, reconstruyen y programan dichas políticas.

Como resultado de la peculiaridad de la comunicación humana, muchos fenómenos y categorías sociales poseen un aspecto propio de la comunicación. El de la actividad económica (información sobre los factores del desarrollo de la agricultura), de la actividad política (propaganda), de los sucesos particulares (elecciones, avería o paralización de estaciones atómicas) y de los problemas humanos a nivel mundial (guerra y carrera armamentista, imperialismo, neocolonialismo, soberanía nacional, terrorismo, polución, drogas), todos se convierten en el objeto de la investigación. Estos objetos de investigación, orientados hacia temas públicos o a categorías sociales específicas, así como los sucesos-orientados y los estudios sobre problemas-orientados, quizás atraen la atención de una cantidad cada vez más creciente de investigadores de diferentes orientaciones en varias regiones del mundo. Esa es la razón por la que en las instituciones de investigación, en las cuales los objetos de investigación son áreas específicas de actividades sociales, categorías demográficas específicas, o problemas específicos de las sociedades o de la especie humana, existen usualmente secciones que se están especializando en estudiar los aspectos individuales —o factores— de la comunicación. Por eso es que se encuentran unidades de investigación de comunicación en los institutos de investigación agrícola, en institutos para la “investigación sobre la juventud” o para la investigación “sobre la paz”. Las unidades de investigación de la comunicación son indispensables en esas instituciones como lo son, igualmente, las de promoción, relaciones públicas o, simplemente, de comunicación en cualquier organismo que se ocupa de una actividad pública.

DOS DICOTOMIAS EN DOS MUNDOS

Sería imposible no tomar en consideración la división actual del mundo en países capitalistas y socialistas o si alguien prefiere ponerlo en forma dife-

rente, en países con economía libre de mercado y países con economía planificada centralmente, en cualquier estudio de la investigación sobre comunicación social y, más aún, en todo lo que se refiera a comunicación colectiva; porque los factores político-económicos co-determinan la comunicación en sí misma, la investigación de la comunicación y sus recursos. Esta división del mundo se mantiene, particularmente en Europa y Asia, a pesar de que en los últimos años el grupo de los países más industrializados con economía libre de mercado y los países con economía centralmente planificada, han dejado de ser monolíticos en todos sus aspectos.

Comúnmente, estos dos grupos de países son llamados "Este" y "Oeste". En lo que se refiere al punto de vista de las orientaciones de la investigación sobre comunicación, ambos, el Este y el Oeste, entendidos de esta manera, tienen dicotomías específicas propias.

En el Oeste, la investigación crítica ha estado, por lo menos durante cuarenta años, opuesta a la investigación administrativa. Esta oposición, formulada hace casi medio siglo atrás por P. Lazarsfeld¹ y T. Adorno², independientemente uno del otro, no ha dejado de ser considerada como un criterio de clasificación conveniente y exacto. Sin embargo, esto no significa que nada ha cambiado durante los úl-

timos cuarenta o cincuenta años en el campo de las ciencias sociales en general y en la investigación de la comunicación en particular.

En las décadas de los 30, 40 y 50 —de acuerdo a Lazarsfeld y Adorno— la investigación crítica prevalecía en Europa mientras que la investigación administrativa prevalecía en los Estados Unidos. Quizá esto fue cierto hasta el final de la década de los 70 —como lo manifestó J. G. Blumler³— pero no lo es a fines de la década de los 80. Los estudios "administrativos" se han extendido y se han establecido muy bien en Europa, mientras que en los Estados Unidos, Canadá y toda Latinoamérica se ha intensificado la orientación "crítica". Los términos "administrativo" y "crítico" tienen hoy día, más bien un sentido ideológico que geográfico. Ambos se aplican a un solo país y al mundo entero.⁴

Recientemente, se puede notar que los investigadores jóvenes manejan problemas que tradicionalmente han pertenecido a la orientación crítica, pero los tratan de acuerdo a los requerimientos de la metodología funcional positivista que es característica de los estudios administrativos. Esto se refiere tanto a la investigación sobre consecuencias sociales en el proceso de la comunicación, como al análisis del contenido de los canales que llegan al público. Quizá,

de esta manera, una antigua idea se está poniendo en práctica en los estudios de la comunicación. La idea ha sido recientemente articulada verbalmente: la orientación crítica es buena para formular preguntas; la sociología funcionalista es superior para conseguir respuestas.⁵

En el Este —sino en todas partes al menos en la mayoría de las universidades— la ciencia de la comunicación colectiva Marxista-Leninista, o "periodismo" o "investigación sobre los medios colectivos de información y propaganda", está en oposición con la ciencia burguesa. Esta "ciencia burguesa de la comunicación" es un término que cubre la actividad de los científicos que representan a menudo orientaciones políticas completamente diferentes —totalitarista, liberal, neomarxista, etc.— y diferentes puntos de vista de investigación —positivista, de comportamiento, estructuralista, hermenéutico, etc.—. Esta variedad y, a veces, la simple oposición de las orientaciones y puntos de vista cubierta por ese concepto tan amplio como lo es el de "ciencia burguesa de la comunicación", hace que sea imposible encontrar alguna característica común a todas, excepto su incompatibilidad en las esferas de la ontología, epistemología, axiología o teleología, con el punto de vista Marxista-Leninista.



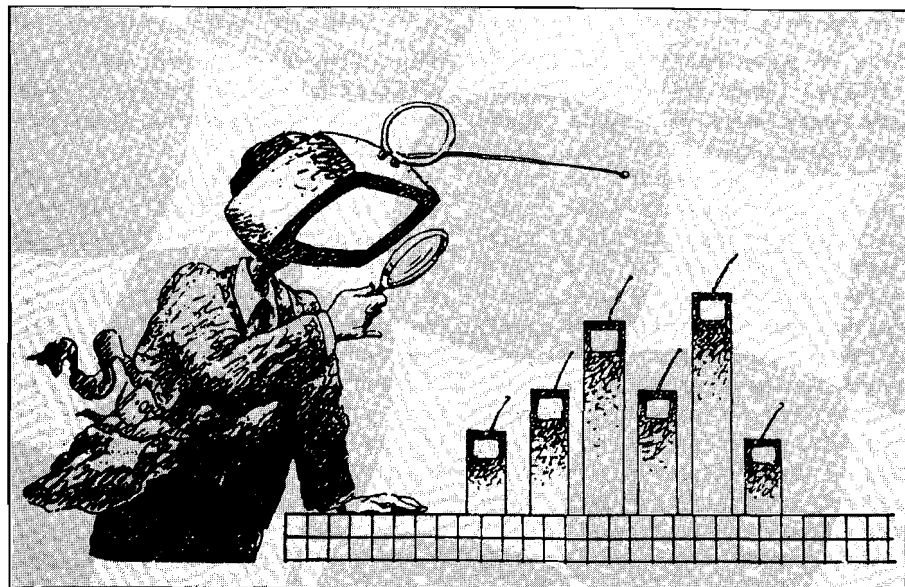
Existe una marcada división dicotómica de la investigación sobre comunicación entre Este y Oeste

ta. Esta incompatibilidad se entiende tradicionalmente como un criterio natural de división dicotómica de la investigación sobre comunicación.

"Nosotros", escribió L. Bisky hace muchos años atrás, quien probablemente defendería hoy día su afirmación, "usamos el término 'investigación burguesa de la comunicación colectiva' como una descripción general de los actuales estudios sobre la comunicación colectiva no marxistas"⁶. Bisky identifica entre los "investigadores burgueses" al funcionalista N. Luhmann así como a los jóvenes representantes de la Escuela de Frankfurt, J. Habermas y H. M. Enzensberger. Aquí se debe recordar que en los países realmente socialistas la oposición "burguesa" contra la "Marxista-Leninista" corresponde, en el plano axiológico, a la oposición entre "falacia" y "veracidad".

Se debe notar, también, que los términos "crítico" y "administrativo" no están libres de connotaciones valorativas. "Crítico" es mejor, más sabio y más ambicioso que "administrativo" que, unido particularmente a palabras como ciencia, estudio e investigación, tiene claras connotaciones peyorativas.

Alguien puede preguntarse: ¿Cuál es el estado de la investigación social de la comunicación en los países socialistas desde la perspectiva de la dicotomía criticismo-administración? A simple vista y debido a la actitud antiimperialista de estos países, a menudo la fraseología radical y las bases empíricas más bien modestas, como corresponden a las técnicas cuantitativas de la investigación, pueden clasificarse como críticas. Por otro lado, sin embargo, se pueden identificar como administrativas porque los investigadores y autores de estudios sobre comunicación generalmente manifiestan abiertamente en sus propios países el deseo de que los resultados de sus trabajos ayuden a mejorar la labor de los medios oficiales, y, en consecuencia, a reforzar el "status quo". Los investigadores de los países socialistas probablemente podrían identificar esa opinión como desleal e infundada. Porque, como lo expresó T. Szecsko, Director del Centro de Investigaciones de la Comunicación Colectiva de Budapest, la dicotomía 'crítica-administrativa' no tiene sentido en disciplinas que tienen una base teórica Marxista. Los datos reales, que en otra era pudieron haber sido representati-



vos de un empirismo aburrido, han jugado un papel "crítico" en Hungría en la década de los 60, por su mera aparición. Cuando nadie sabe quién escucha la radio o ve la televisión /.../, entonces, hasta los datos más áridos acerca de la cantidad y composición de la audiencia son "críticos" del optimismo ilusorio de los comunicadores, de los conceptos de políticas de información y de las ideas deducidas de tesis ideológicas. A esta clase de investigación también podría llamársela "administrativa" ya que asume una cooperación estrecha entre el comunicador, el político y el investigador".⁷

OTROS PUNTOS DE VISTA

Dudas más pequeñas se tienen con otros dos enfoques de la investigación clasificados como críticos, aunque ninguno de ellos exige que se lo interprete como "que podrían ocasionar cambios radicales en el orden establecido". Estos son conocidos como "determinismo tecnológico" y "orientación cultural-semiótica". Las discusiones entre el punto de vista crítico, funcional-administrativo y el Marxista Leninista, dejan a un lado estas dos escuelas que hoy permanecen creativas y productivas en lo que a la investigación respecta.

El determinismo tecnológico, que fue asociado mucho tiempo con H. Innis y con un período de la vida de McLuhan, parece que hoy ha encontrado numerosos simpatizantes entre los investigadores de los "nuevos medios". Ellos esperan que los "nuevos medios" transformen la conciencia de todas las sociedades y que compensen las decepciones que causaron los medios tradicionales.

El interés de los investigadores está acompañado por el interés de los grupos de productores, de negocios, políticos y de publicidad, lo que aumenta las oportunidades de conseguir fondos para la investigación, y el desarrollo de la televisión por cable o satélite, teletex, video, computadoras, banco de datos con acceso a la "on-line", ISDN, etc. En general, persiste la fascinación que ejercen los "nuevos medios" con su inevitable impacto positivo sobre las relaciones humanas. Se ha destacado en particular, que reemplazar los periódicos, los diarios y la forma tradicional que tienen la radio y la televisión de distribuir entre audiencias colectivas anónimas mensajes producidos por "nuevos métodos interactivos de comunicación", es de mucho más beneficio para los seres humanos. Al analizar las actitudes de los investigadores hacia los medios, se puede percibir, en general, el síndrome de "salvar a la humanidad o a la civilización" y el síndrome de "la desesperación por las consecuencias". Este último domina entre los medios tradicionales, mientras que el primero entre los nuevos medios Hay, sin embargo, frecuente síntomas de escepticismo en todo lo que se relaciona con la genuina novedad de estos "nuevos medios", como así también, sobre su capacidad interactiva con los usuarios.

Todos estos enfoques mencionados, utilizados en la investigación de la comunicación, permiten un tratamiento instrumental de los medios y de su investigación. **Los estudios basados en estos puntos de vista han tenido frecuentemente el carácter de investigaciones**

aplicadas, tendientes a promover el bienestar social. Algunas veces han sido hechos para revelar un indeseado —refiriéndose a los intereses de la comunidad o de la sociedad— impacto de los medios colectivos, con la intención de limitarlo; otras veces, quieren dominar la ingeniería social con la ayuda de los medios, por ejemplo, en publicidad y propaganda.

Relativamente menos frecuente que en otras orientaciones, los investigadores de la comunicación han declarado de utilidad práctica a la investigación cultural - semiótica. Está relacionada con una tradición académica-poética de C. Levi-Strauss, R. Barthes y M. Eliade; es propia de la gente que sabía que **uno puede evadirse de cualquier cosa menos de la cultura**. U. Eco está en esta línea de trabajo. Los lectores de los estudios originados en esta tradición deben, sin embargo, estar preparados para un comentario que hacen los investigadores funcionalistas: "Ninguno de estos estudios, aunque interesantes, pueden considerarse científicos cuando se aplican a los medios".

GEPOLITICA DE LAS INVESTIGACIONES DE COMUNICACION

El grado de desarrollo de la investigación sobre comunicación, medido por el número de centros, investigadores y publicaciones en varios países, corresponde, generalmente, al grado de desarrollo del sistema de comunicación social. Esta relación es especialmente visible en los casos de investigación aplicada y en los países de economía libre de mercado. Pero, por lo expuesto más arriba, no se debe llegar a la conclusión de que el desarrollo de la investigación de la comunicación es causa del desarrollo de la comunicación. Esta afirmación podría ser puesta en duda, como la conclusión de que el crecimiento-desarrollo de la comunicación es suficiente condición para un desarrollo social y económico, o que cualquier cambio en la comunicación causa inevitablemente cambios en la realidad social, política y económica. Usualmente se da lo contrario. Es el desarrollo social y económico el que no puede existir sin la comunicación; ello implica un crecimiento correlativo que, a la vez, estimula el crecimiento de la investigación de la comunicación. Es por eso que

la geopolítica de la investigación está relacionada con la geopolítica de las comunicaciones.

Si cerca del 80 por ciento de la infraestructura global de las comunicaciones está en los diez países más ricos, donde vive menos del 20 por ciento de la población mundial, el desequilibrio en la distribución de los recursos de la investigación de la comunicación es probablemente más grande. Cerca del 90 por ciento de las instituciones, el 80 por ciento de las publicaciones periódicas y el 95 por ciento de los libros pueden encontrarse en los países desarrollados. Una situación más equilibrada se encuentra en el área de las conferencias internacionales de comunicación: Una de cada cuatro se realiza en un país en desarrollo. Lo expresado en el Informe MacBride tiene vigencia tanto hoy como en 1980: "La investigación de las comunicaciones se ha llevado a cabo extensivamente, hasta ahora, en un reducido grupo de países industrializados. Por lo tanto, los países en desarrollo dependen de un pequeño número de fuentes y de líneas de investigación, con resultados que pueden ser (o no) aplicables a sus problemas particulares. Faltan investigadores a tiempo completo, como también, centros para entrenar especialistas en la materia y financiamiento adecuado.

La comunicación a través de los medios es cada vez más global y va en aumento en lo que concierne a "hardware" y "software". Aunque nuestro

mundo no se ha convertido todavía en una "aldea global" y seguramente no se convertirá en tal en el futuro cercano, en alguna forma se compone ya de millones de aldeas multinacionales. En estas aldeas, entre otras, los mismos (o parecidos) mensajes transmitidos a través de los mismos (o parecidos) canales, juegan diferentes papeles sociales en distintas comunidades.

El incremento de la comunicación global necesita que también crezcan globalmente los conocimientos acerca de ella. En primer lugar, se debe saber la situación de los medios, los cambios en su expansión, uso y disponibilidad y en segundo lugar, las consecuencias de los factores políticos, culturales, económicos, institucionales, estructurales y técnicos que afectan los usos y la participación del hombre —también como ciudadano— en todos los niveles de la comunicación: Desde el más pequeño y local hasta el global. Los resultados de las investigaciones y estudios sobre los efectos de varias soluciones alternativas en el campo de la comunicación social también deben conocerse.

Desafortunadamente, el camino hacia un conocimiento global sobre medios de comunicación social todavía es largo y difícil. Esto queda ilustrado, por ejemplo, en los anuarios estadísticos de la UNESCO sobre medios en algunos países, que contienen datos básicos incompletos y sin actualizar. El anuario estadístico de la UNESCO es el más serio, confiable y... la fuente informativa más completa sobre las comunicaciones en el mundo.



"... los países en desarrollo dependen de un pequeño número de fuentes y de líneas de investigación" (Sean MacBride)

ALGUNAS CONCLUSIONES

Comparando la vitalidad y lo provechoso de los cinco enfoques principales utilizados en la investigación sobre comunicación a escala mundial, en los cuarenta años de post-guerra, se pueden formular las siguientes conclusiones:

La década de los sesenta fue el escenario del aumento e intensificación del dominio del enfoque descriptivo-funcional con un fuerte énfasis en lo estadístico, científico, metodológico y sistemático. Se difundió ampliamente en Norteamérica, en Europa Occidental y en otras partes del mundo como algo importado de occidente. Se afirmó con autoridad en todos los círculos científicos oficiales y en los niveles de poder. También ganó cierta influencia en los países socialistas. Al mismo tiempo, el enfoque crítico estaba tomando una forma cultural-semiótica o política-económica marxista.

Al filo de los sesenta y los setenta, el funcionalismo alcanza el máximo de su expansión pero, es entonces cuando, con la participación de la generación del 68, se levanta una ola de crítica al "status quo" en la esfera política y económica, que alcanza también a la comunicación y a la investigación.

Precisamente se acusa a la investigación funcional y administrativa de la comunicación, de preservar el injusto "status quo" en la comunicación, que a su vez ayuda a preservar relaciones sociales injustas a escala nacional como así también relaciones internacionales injustas. El interés de los investigadores en las décadas de los 70 y 80, se ha ido desplazando de año en año de la descripción de la audiencia —y más aún, de la posible audiencia—, sus necesidades y los efectos de la comunicación, hacia el contenido de los mensajes y los aspectos económicos de su producción y distribución. Para los investigadores se hizo más atractivo el acceso a los canales que el acceso al público. Esta tendencia ha encontrado una buena recepción y posibilidades de crecimiento en los países socialistas y aquellos en desarrollo. Contrario a la tendencia general, es justamente en la década de los 70 cuando se expande este enfoque, que es una variante del punto de vista funcional.

Entre 1985-1987, se puede apreciar un continuo crecimiento de la importancia del enfoque crítico. Esta aseveración se basa en el número de publica-

ciones, centros de investigación y trabajos presentados en conferencias. Esa expansión, comparada con la investigación funcional, se explica en parte por la falta de fondos suficientes, porque para mantener el nivel de la metodología sofisticada, validez estadística y representatividad, esos estudios tienen que ser dirigidos por instituciones y tener auspiciadores ricos. Y en la práctica, es la falta de suficientes fondos más que lo "inadecuado" de la metodología funcional lo que hace difícil y, más a menudo, completamente imposible conducir investigaciones aplicadas orientadas hacia el desarrollo de la comunicación en países en desarrollo. Además, la falta de suficientes fondos impide la verificación de importantes hipótesis adelantadas por estudios críticos.

Como en otras disciplinas, también en la investigación de la comunicación y documentación, la mayoría del personal especializado se encuentra en los países más desarrollados e industrializados; también son publicados en ellos la mayoría de los libros y "journals" dedicados a los medios. Simultáneamente, estos países se distinguen por poseer los sistemas más desarrollados en comunicaciones. De modo que el flujo de ideas, "hard data", metodologías y tecnologías en la investigación de la comunicación, pasan a través de los mismos caminos y en la misma dirección que el flujo de noticias, programas de televisión, películas, etc. Quien observa, entonces, las relaciones de dependencia neo-colonialistas en la comunicación internacional no puede negar la existencia de una dependencia similar en la investigación de la comunicación. Paradójicamente, hasta la crítica más dura y mejor documentada de los sistemas de comunicación en los países occidentales más desarrollados, vienen justamente de esos países.

Tomando esto en cuenta, se deben fomentar y apoyar los centros de investigación y documentación regionales para conseguir preservar la identidad cultural, nacional o regional en la comunicación social de muchos países en desarrollo. Haciéndonos eco del Informe MacBride se puede repetir una de sus conclusiones: "... en todas las sociedades hay serios requerimientos de que se hagan investigaciones sobre bases amplias, para poder tener una sólida evidencia a base de la cual formular conclusiones y decisiones bien fundadas sobre las prácticas y políticas de las comunicaciones".¹¹ ■



REFERENCIAS

1. Lazarsfeld, P. Remarks on Administrative and Critical Communications Research. *Studies in Philosophy and Social Sciences /USA/*, No. 1, 1941.
2. Adorno, T.W. Scientific Experiences of European Scholars in America, In: Fleming D.; Bailyn B. /eds./ *The Intellectual Migration: Europe and America 1930-1960*. Cambridge, Mass, 1969.
3. Blumler, J. G. Purposes of Mass Communications Research: A Transatlantic Perspective. *Journalism Quarterly /Minneapolis/*, vol. No. 2, p. 219-230.
4. Comp. Ferment in the Field. Communications Scholars Address Critical Issues and Research Tasks of the Discipline. *Journal of Communication /Philadelphia/*, vol. 33, No. 3, Summer 1983.
5. Rosengren, K.E. Communication Research One Paradigm, or Four? *Journal of Communication /Philadelphia/*, vol. 33, No. 3, Summer 1983, p. 185-207.
6. Bisky, L. Zur Kritik der bürgerlichen Massenkommunikationsforschung / Critique of the bourgeois mass communication research / Berlin, Deutscher Verlag der Wissenschaften, 1976.
7. Szecskö, T. Communication Research and Policy in Hungary: Partners in Planning. *Journal of Communication /Philadelphia/*, vol. 33, No. 3, Summer 1983, p. 97-8.
8. Balle, F.; Cappe de Baillon, I. Mass Media Research in France: An Emerging Discipline. *Journal of Communication /Philadelphia/*, vol. 33, No. 3, Summer 1983, p. 150.
9. *Many Voices One World*. Report by the International Commission for the Study of Communication Problems. London, Kogan Page, 1981, p. 224.
10. Masterman, L. UK Media Publications 1986, *Media Information Australia /North Ryde/*, No. 44, May 1987, p. 31.
11. UNESCO, *Many Voices One World*. p. 226.