

PATRONES DE EXPOSICION A LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS EN AMERICA LATINA

Por Fausto S. Izcaray
y John T. McNelly+

Una revisión de los trabajos de investigación realizados en América Latina y otras regiones del mundo, revela que existen diferentes modelos o patrones de uso de los "medios" entre individuos de un mismo país, ciudad o pueblo. Por otro lado, existe un cierto número de características socio-económicas relacionadas con la forma como las gentes se exponen a los medios. Respecto a los patrones de exposición en el campo, Deustschmann y Fals Borda, realizaron las primeras investigaciones a 75 familias de la comunidad rural de Saucío, Colombia, con un nivel bajo de educación. Posteriormente, similares estudios efectuó Rogers, en cinco comunidades campesinas colombianas durante

+El primero de los autores ha sido profesor de Periodismo Informativo e Introducción de los Medios de Comunicación Social en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, Caracas, y actualmente es un estudiante graduado en la Universidad de Wisconsin, USA. El segundo autor es profesor de Periodismo y Comunicación Colectiva en la Escuela de Periodismo y Comunicación de Masas de la Universidad de Wisconsin, USA, ha sido director y co-director de varios estudios sobre los efectos de la comunicación de masas en América Latina, es autor y co-autor de varios artículos sobre esa materia publicados en diversas revistas especializadas y libros; además ha servido como asesor de la UNESCO y otras entidades internacionales en materia de comunicación colectiva.

1963 y 1964. El resultado de estas investigaciones señaló que la radio alcanza una de las más largas audiencias en cada país; los medios electrónicos tienen mayores audiencias que los impresos, y de éstos el periódico supera en audiencias a las revistas. Aparte de esto, los estudios de Whiting y Stanfield, realizados en el Brasil demostraron que los campesinos no usan los medios como "vías de escape de la realidad", sino más bien como fuentes de información.

En cuanto a los patrones de exposición en los centros urbanos, Lerner señala la relación que existe entre urbanismo y desarrollo de los medios de comunicación. Sin embargo el hecho de que exista mayor disponibilidad de medios en las ciudades no quiere decir que la gente se exponga en la misma forma e intensidad, ya que las diferencias económicas y el status socio-económico, como lo demuestran las investigaciones realizadas por Deutschmann, Elliksworth y MacNelly, en una muestra perteneciente a 14 países que integró a profesionales y técnicos.

Otro estudio de Harold T. Edwards, realizado en San José demostró que los "influyentes" usan en mayor grado los medios de comunicación. Carter y Sepúlveda en Santiago hallaron que un nivel superior al status socio-económico medio oía la radio corriente. En Francia y Egipto la gente de los estratos medios y altos usan más los periódicos y finalmente Mishra da a conocer que el uso de los medios está relacionado con la educación y la movilidad geográfica.

INTRODUCCION

Una revisión general de las investigaciones sobre la exposición a los medios de comunicación de masas realizadas en América Latina y en otras regiones del mundo en desarrollo revela que existen diferentes patrones o modelos de uso de los "medios" entre los individuos de un mismo país, ciudad o villorio. La mayoría de tales estudios ha encontrado que existe un cierto número de características socioeconómicas relacionadas con la forma cómo las gentes se exponen a los medios de masas. En otras palabras, personas pertenecientes a diferentes estratos socioeconómicos es muy probable que tiendan a diferir en cuanto a sus preferencias por los diversos medios de comunicación.

Nuestro propósito en este trabajo es revisar, en forma somera y breve, los estudios realizados por diversos investigadores relacionados con este tópico y tratar de presentar posibles generalizaciones sobre la forma cómo las diversas audiencias se exponen a los medios de la comunicación masiva en América Latina. También señalaremos puntos de comparación con hallazgos obtenidos en otras áreas del mundo. Con esto, queremos contribuir a la solución de uno de los problemas que confronta un comunicador cuando envía un **MENSAJE** a través de un medio de comunicación, que es la posibilidad de no alcanzar la audiencia deseada por haber escogido el **MEDIO** errado.

Por ello es importante establecer los patrones de comportamiento y preferencia que, con respecto a los medios de información, presentan los **RECEPTORES** o, para decirlo en otras palabras, los individuos que integran los públicos de los medios de comunicación de masas.

Algunos estudios, de los que citaremos más adelante, nos enseñan que el uso de los **MEDIOS** aumenta con la presencia de factores económicos y sociales tales como alfabetización, educación, ingresos o condición socioeconómica, "urbanismo", cosmopolitismo, y algunas variables psicológicas inherentes a la personalidad de los individuos, tales como "propensión al cambio" y empatía (1). Los anteriores son lo que Rogers y McNelly han llamado "variables antecedentes" que predisponen a la gente a usar los medios de comunicación masiva (2). En este trabajo los antecedentes serán considerados como **VARIABLES INDEPENDIENTES**, mientras que la exposición a los medios será la

VARIABLE DEPENDIENTE “producida” o “causada” por los primeros, aunque estamos conscientes de que el orden de ocurrencia no tiene necesariamente que ser rígido.

DOS DIMENSIONES DIFERENTES

Es evidente que cuando se estudia la situación económica y social de América Latina, el observador se encuentra con dos grandes dimensiones dentro de cada país, además de las diferencias naturales entre las diversas naciones. En el caso de las comunicaciones de masas creemos que está justificado un análisis separado de esas dos dimensiones — el campo y las áreas urbanas — porque mientras en las ciudades los medios de masas se encuentran en forma abundante, en las zonas rurales son escasos. Por ello, la diferencia entre el nivel de uso de tales medios entre el campo y las ciudades es tremenda. Para no citar sino sólo un ejemplo, podemos señalar que en un estudio hecho en Venezuela por el sociólogo J. A. Silva Michelena se informa que 77% de los trabajadores industriales urbanos encuestados mostraron un “alto nivel de exposición” a los medios de comunicación social, mientras que sólo un 9% de campesinos entrevistados llegaron a esa categoría (3).

PATRONES DE EXPOSICION EN EL CAMPO

Deutschmann y Fals Borda llevaron a cabo uno de los primeros estudios acerca del papel de los medios de masas en una pequeña comunidad rural en Colombia (4). El universo estudiado estuvo compuesto por 75 familias de Saucío —nombre de la pequeña comunidad— cuya principal fuente de ingreso son los “conucos” o minifundio y cuyo nivel de educación era muy bajo para esa fecha (promedio: 1.63 años de escuela).

Si se hubiera pretendido medir los niveles de exposición a los medios de comunicación masiva por el tiempo dedicado diariamente a cada medio, los resultados hubieran mostrado una mayor diferencia con respecto a los datos obtenidos en las ciudades, pero los autores —conocedores de que la exposición sería muy baja—elaboraron un índice de “oportunidades de exposición a los medios”. Tal índice fue basado en los siguientes ítemes: posesión de un receptor de radio, uso del radio en los últimos seis meses, asistencia a la proyección de películas

en los pasados seis meses, adquisición de periódicos ocasional o regularmente, y posesión de libros en la casa.

Deutschmann y Fals Borda usaron como variables independientes o "antecedentes" al uso de los medios las siguientes: 1) **NIVEL DE EDUCACION** (alfabetización y años de escuela); 2) **NIVEL ECONOMICO** (tamaño de los minifundios); 3) **TAMAÑO DE LAS FAMILIAS**, y 4) **EDAD**.

Los hallazgos de Saució mostraron que en cada instancia el grupo de campesinos alfabetizados calificó más alto en el "índice de oportunidades de exposición a los medios" que los demás. Algo que llama la atención es que el mismo grupo calificó más alto en las "oportunidades" de uso de la radio y el cine, a pesar de que para usar tales medios no se requiere ser alfabeto. En el caso concreto de la radio, los autores informan que 52% de los alfabetas oyó la radio, en tanto que sólo 28% de los analfabetos lo hizo. Por cierto que es interesante anotar que el grupo de los últimos mostró un relativamente alto nivel de uso o exposición a los **MEDIOS IMPRESOS**, lo que sugiere que otra persona leyó las informaciones para ellos. Este hecho sugiere un patrón de comportamiento de los iletrados con respecto a los materiales impresos, sobre todo si tomamos en cuenta que posteriores hallazgos apoyan la hipótesis de que lo impreso sí alcanza un cierto porcentaje de personas que no saben leer (5).

Deutschmann y Fals Borda también encontraron que las familias con granjas muy grandes tienden a usar más los medios de comunicación de masas que las de granjas más pequeñas, lo que indica que el **STATUS** socioeconómico está positivamente correlacionado con la exposición a los medios. La explicación que da el primero de los autores es que la posesión de un receptor de radio, por ejemplo, requiere que la persona tenga un cierto grado de disponibilidad de recursos monetarios ya que un receptor "puede muy bien ser equivalente a un mes de salario para algunos de los campesinos" (6). Otro estudio realizado por Whiting y Stanfield muestra también que en Brasil aquellos campesinos que poseen las granjas más grandes tienden a mostrar un índice más alto de uso de programas de radio instrumentales (7).

La variable **EDAD** mostró una correlación inversa con el "índice de oportunidades de exposición a los medios", lo que significa que

los campesinos más jóvenes son más probables usuarios de los medios de comunicación masiva que los más viejos. Una explicación factible para este fenómeno es que quizás los campesinos jóvenes han tenido más oportunidades de recibir educación que los viejos, lo que presupone un incremento de las oportunidades educativas en Colombia en los tiempos recientes. A propósito de esto, Deutschmann sugiere que es mejor considerar a la familia como, el "receptor" de los mensajes transmitidos a través de los medios de comunicación masiva, pues lo corriente es que los analfabetos pongan a sus hijos a que les lean los materiales impresos (8).

Al igual que otros estudios realizados en Estados Unidos por el Comité de Universidades del Medio Oeste, para la Asociación de la Prensa Diaria del Interior— citados por el propio Deutschmann — los datos de Saucío demuestran que el tamaño de las familias está positivamente relacionado con el nivel de exposición a los medios. Esto es, que las familias con hijos usan más los diversos medios que aquellas que no tienen descendientes.

Aunque ha sido citado mucho por otros investigadores por razón de ser una investigación pionera sobre la comunicación rural en América Latina, el estudio de Saucío tiene ciertas limitaciones. Por un lado, el tamaño de la muestra, aunque abarca el "universo" de familias de la comunidad, es pequeña y algunos de los resultados podrían ser atribuidos a algunas características especiales de Saucío y no necesariamente a fenómenos generales en las áreas rurales de la región. Por otro lado, cada una de las relaciones entre los factores antecedentes (alfabetismo, etc.) y la exposición a los medios de comunicación fue presentada separadamente, sin controles estadísticos para los efectos posibles de las otras; esto deja abierta la posibilidad de algunas relaciones espúreas. Se necesitan más estudios con muestras mayores y con análisis detallado de los datos para investigar a fondo los antecedentes del uso de los medios en las zonas rurales de América Latina.

Cinco comunidades campesinas colombianas fueron estudiadas por Rogers en los años 1963 y 1964 (9). El desarrolló un paradigma de la exposición a la comunicación de masas y sus variables antecedentes y consecuentes, tomando de Lerner (1) y Deutschmann algunas de las variables que él pensó predisponen a la gente a exponerse a los medios. Las variables independientes del modelo en cuestión son: alfabetismo, educación, status social y cosmopolitismo.

Aunque Rogers encontró que la variable **ALFABETISMO** estaba más fuertemente correlacionada con la lectura de los medios impresos, los datos mostraron que la misma variable también estaba relacionada con la exposición a los medios electrónicos, lo mismo que en el estudio de Deutschmann citado anteriormente. Esto no significa que los analfabetas no lean los periódicos y revistas, porque, por el contrario, Rogers encontró que había una considerable cantidad de ellos que se exponían a los medios impresos a través de la lectura oral de otros, tal y como Deutschmann supuso en su estudio.

EDUCACION, definida como “años de escolaridad formal”, obtuvo una correlación positiva más alta que alfabetismo con el índice general de exposición a los medios construido por Rogers ($r=.51$) en los cinco villorios (11).

La variable cosmopolitismo—definida como el número de viajes a los centros urbanos hechos por los sujetos mostró una correlación positiva fuerte con la exposición a los medios ($r=.55$ para todos los caseríos). La explicación de este fenómeno puede estar en el hecho de que el campesino que ha hecho el esfuerzo de viajar hacia las ciudades es muy probable que quiera permanecer al tanto de los acontecimientos acaecidos en ellas y la mejor manera de hacerlo es buscar en los medios de comunicación de masas información pertinente (12).

Como era de esperarse, el **STATUS SOCIAL** de los campesinos apareció fuertemente relacionado con el uso de los medios— igual que en Saucío —y aquellos sujetos con más alto status mostraron un mayor nivel de exposición. Los dos autores del estudio encuentran la justificación de este hecho en que la posesión de un receptor de radio, o la lectura de periódicos son símbolos de prestigio social. La correlación (r) fue de 50 en los cinco poblados (13).

La **EDAD**, lo mismo que en el estudio de Deutschmann y Fals Borda, mostró una relación negativa con el uso de los medios de comunicación masiva. Al igual que en Saucío los más viejos son más comúnmente analfabetas e igualmente de más bajo nivel social, así que quizás un control estadístico de las variables educación y status socio-económico podría mostrar que éstas son realmente las causantes de la relación negativa. Como dijimos antes, lo más probable es que los jóvenes han tenido mejores oportunidades de obtener educación y, por consiguiente, de mejorar su status social. Similares hallazgos fueron

encontrados en investigaciones realizadas en Kenia, e India (14), pero la explicación podría estar también en las diferencias educacionales.

Es importante anotar que tanto Deutschmann como Rogers encontraron en sus respectivos estudios la tendencia en aquellos sujetos que usan uno de los medios a aparecer como usuarios de los otros, un efecto que Lerner llamó "efecto centrípeto" (15). Sin embargo Deutschmann encontró alguna evidencia de que la exposición a la radio y al cine no se ajusta bien a este patrón centrípeto (16). Más adelante discutiremos algunos hallazgos de estudios urbanos que son contrarios al efecto centrípeto.

Rogers presenta en su libro una comparación intercultural con datos obtenidos en India, y Brasil (17). Dichos estudios muestran la misma clase de relación entre la exposición a los medios de comunicación de masas (variable independiente) y los antecedentes que Rogers y Svenning usaron en Colombia. Este estudio comparado apoya la presunción de algunos de los mejores predictores de la exposición a los medios de masas son el alfabetismo, la educación formal y el cosmopolitismo.

Con base a lo anterior, los dos investigadores mencionados hacen las siguientes conclusiones, sobre el poder de alcance de cada medio en particular:

1. El medio **RADIO** alcanza la más larga (o al menos una de las más largas) audiencias en cada país.

2. Los medios **ELECTRONICOS** alcanzan audiencias más grandes que los impresos.

3. De los medios impresos, el periódico llega a audiencias o públicos más grandes que las revistas.

4. Para la fecha de la investigación, la televisión no había llegado a los campesinos excepto en los villorios colombianos cerca de Bogotá, la capital (18).

En México, Gregorio Martínez Valdez encontró que alfabetismo y educación eran buenos predictores de la exposición a los medios (19).

Brown también informa sobre un experimento entre campesinos chilenos el cual produjo los siguientes resultados: mientras que 80% de los campesinos alfabetos y semi-alfabetos leyeron un periódico por lo menos una vez al mes, sólo 20% del grupo de analfabetos hizo tal cosa. Además, 91% de los que sabían leer oyeron la radio por lo menos una vez por semana, comparado con el 67% de los analfabetos. No obstante esto, él también encontró que un número considerable de personas que no sabían leer le pedían a sus amigos y parientes alfabetizados que les leyeran las circulares relacionadas con problemas agrícolas (20).

EVIDENCIAS DE EXPOSICION SELECTIVA: Una de las especulaciones acerca de los efectos de los medios de comunicación sobre la gente tradicional es que los mensajes acarreados a través de tan poderosos instrumentos pueden elevar las esperanzas y ambiciones de la gente a niveles "irreales", lo que, supuestamente, constituiría un peligro para la "estabilidad" de las sociedades menos desarrolladas. En este sentido, Daniel Lerner llegó hasta sugerir una restricción de los mensajes que los medios de comunicación masiva debían llevar a la gente a los países subdesarrollados, basándose para ello en la presunción de que los individuos alfabetizados y empáticos serían impelidos a sentir intranquilidad e insatisfacción por el hecho de que ellos no estarían en capacidad de lograr lo que, en forma vicaria, aprendieron de los medios (21). Sin embargo, Whiting y Stanfield en un estudio hecho en Brasil encontraron evidencias de que los campesinos no son muy dados a usar los medios de comunicación como vías de "escape de la realidad", o como fuente de obtención de "aspiraciones irreales", sino que, por el contrario, ellos los usan como fuentes útiles de información, particularmente en aquellos ambientes socioeconómicos constreñidos (22).

En ese estudio se encontró que los campesinos que viven en ambientes "constreñidos" (desigualdad en la tenencia de las tierras y predominancia de un "patrón") tienden a usar más los medios "instrumentales" de comunicación masiva, esto es, aquellos medios que llevan información agrícola, la cual podría ser útil en la búsqueda de mejores condiciones de vida, que los medios "escapistas" o "consumatorios". Este tipo de campesino siente más preferencia por los medios instrumentales que los que viven en ambientes socio-económicos "abiertos" (igualdad en la tenencia de la tierra y mayores oportunidades económicas). Por supuesto, los niveles socioeconómicos de los

campesinos en ambientes constreñidos son más bajos que aquellos en ambientes abiertos.

Es de hacer notar, sin embargo, que existe la posibilidad de que en este caso estén interviniendo otras variables no tomadas en cuenta, tales como la educación y alfabetismo.

Como ya vimos antes, Rogers y Deutschmann encontraron que alfabetismo y educación son dos variables importantes predictoras de la exposición a los medios de comunicación social. Whiting y Stanfield no informan de que estas dos variables hayan sido controladas, por tanto, es posible atribuir el mayor uso de medios instrumentales en los ambientes "constreñidos" a un mayor nivel de educación y alfabetización en la población de tales comunidades.

Hasta ahora hemos visto que la mayoría de los estudios relacionados con los campesinos y el uso de los medios de comunicación de masas están basados en índices globales de exposición a todos los medios durante más o menos largos períodos de tiempo. Esto es debido a que tales medios son relativamente escasos en el interior de los países de América Latina, mientras que el analfabetismo es, en cierta forma alto. Estos dos elementos conspiran contra un uso más grande de los medios de masas en las áreas no urbanas. Ahora veremos una situación diferente en las ciudades.

PATRONES DE EXPOSICION EN LOS CENTROS URBANOS

Lerner señaló la relación que existe entre el desarrollo de los medios de comunicación y algunos factores tales como alfabetización, urbanización y participación política por parte del pueblo (23). Esta relación parece confirmarse, en cuanto a la urbanización se refiere, en América Latina donde las diferencias en disponibilidad de medios de comunicación de masas entre las ciudades y el campo son tremendas. McNelly señala que en las grandes ciudades uno puede encontrar la "gama total de los medios de masas fácilmente obtenible", con la excepción de la televisión en algunas ciudades que todavía no la tienen (24). Esto significa que ha habido un alto de concentración de los medios en los centros urbanos tal y como los datos presentados por Lerner sugieren. Carter y Sepúlveda, por ejemplo, informan en un artículo que Santiago de Chile tenía 11 diarios, 24 estaciones de radio (onda larga),

dos canales de televisión y un número sustancial de revistas, para la fecha en que ellos realizaron su estudio (25). Deutschmann, Ellingsworth, y McNelly dicen en un libro que “las grandes diferencias entre los Estados Unidos y los países de América Latina en cuanto a medios de comunicación de masas no son aparentes en las ciudades capitales” en donde uno es “particularmente impresionado por el gran número de diferentes diarios disponibles” (26).

Más adelante agregan que la disponibilidad de periódicos era, en muchos casos, más grande que en cualquier ciudad de Norteamérica, aunque a su juicio, los periódicos de América Latina no tienen tantas páginas en promedio como los de Estados Unidos. McNelly y Deutschmann, por su parte, informaron que en San José de Costa Rica, con una población de cerca del cuarto de millón de habitantes en ese tiempo, habían seis periódicos, más de veinte estaciones de radio, dos estaciones de televisión, una gran variedad de librerías, puestos de periódicos y docenas de salas de cine (27).

Estas suposiciones acerca de las diferencias de niveles de exposición a los medios entre campesinos y gente de las ciudades son también apoyadas por algunos datos presentados por McNelly. El comparó los niveles de uso de los medios “ayer” de gente de los Estados Unidos y de América Latina y encontró que, mientras 92% de norteamericanos habitantes de las ciudades usaban periódicos, 70% usaban la televisión y 58% la radio, por su lado 65% de una muestra de 2 mil adultos argentinos, habitantes de zonas urbanas, usaban los periódicos, 32% la televisión y 59% la radio. Como se puede ver las diferencias entre las dos muestras no son muy grandes, pero cuando las comparamos con una muestra de campesinos en Argentina, vemos que sólo 40% de los últimos usaban periódicos, un 1% de ellos la televisión y 61% la radio (28).

El hecho de que exista disponibilidad de medios masivos en las ciudades de América Latina no quiere decir que la gente se expone a los medios en la misma forma e intensidad. La mayoría de los estudios hechos en los países en desarrollo muestran que individuos de diferentes estratos sociales usan los medios en forma también diferente. En otras palabras, la conducta de los receptores de la comunicación de masas es afectada por las diferencias en educación y status socio-económico.

PATRONES DE LAS ELITES: Una muestra de profesionales y técnicos, pertenecientes a 14 países latinoamericanos fue entrevistada por Deutschmann, Ellingsworth y McNelly (29). Los sujetos citados mostraron, al ser comparados con habitantes medios norteamericanos, un mayor uso de los medios de comunicación "ayer" (30). De 5 medios (periódicos, revistas, libros, radio y televisión) los latinoamericanos respondieron que usaban, en promedio, 3.21 medios "ayer", mientras que 511 adultos estadounidenses, escogidos de 4 ciudades del medio oeste norteamericano, estuvieron en contacto con 2.80 medios, en promedio. De nuevo, es importante recordar que algunos periódicos latinoamericanos generalmente llevan menos material de lectura que los de Estados Unidos. Así, aunque algunos profesionales de América Latina lean dos periódicos, ello puede ser equivalente a un periódico estadounidense. No obstante, cuando se aprecia que gente del alto nivel socioeconómico en Norteamérica en promedio usa 3.15 medios, en comparación con 3.21 que usa el mismo tipo de gente en América Latina, se podría decir que el grado del uso de los medios es similar entre ambos tipos de personas (31).

Con respecto a los gustos por los diferentes medios comunicacionales, los investigadores encontraron que 94% de los profesionales y técnicos latinoamericanos entrevistados usaban los periódicos, mientras que 75% usaba la radio, la cual quedó en segundo lugar de preferencia, y 68% usaban libros. Luego seguían la televisión y las revistas, en ese mismo orden.

Otro estudio en Costa Rica mostró los patrones del uso de los medios entre los influyentes, comparados con gentes de los altos y bajos estratos socioeconómicos.

El autor, Harold T. Edwards, escogió su muestra de la población de San José, capital de ese país (32). Los influyentes, de acuerdo con los resultados, tienden a exponerse más a los periódicos que a otros medios. En segundo lugar prefieren a los libros, en tercer lugar las revistas, luego la televisión, después la radio y por último, el cine. Al compararlos con los otros dos grupos sociales mencionados arriba, se nota una diferencia mayor con respecto a la gente del estrato socioeconómico bajo. Esto es, los "influyentes" usan en un grado mayor los medios de comunicación de masas que las gentes de escasos recursos.

EL USO DE LOS MEDIOS EN DIFERENTES ESTRATOS: McNelly y Deutschmann entrevistaron 150 hombres, jefes de familia, en el mismo San José de Costa Rica, escogidos de entre los vecindarios, de manera tal que representaran los diferentes estratos socioeconómicos (33). Los dos investigadores encontraron que el estrato socioeconómico alto tendía a usar más los medios que el grupo perteneciente al estrato bajo. El promedio de uso de los medios "ayer" para ambos grupos fue de 3,04 y 2,56 respectivamente, con significación estadística al nivel de 0.1. Estas diferencias no pueden ser atribuidas exclusivamente a desigualdades económicas, porque los individuos del estrato más alto tenían como promedio 13,6 años de escuela, mientras que la gente del estrato bajo sólo tenía 6,8 (34), y, como vimos antes, educación es una poderosa variable predictora de la exposición a los medios de comunicación.

En cuanto a preferencia por los medios se refiere, el grupo de "alto status" usaba más los medios, en general, que una muestra de cuatro ciudades de los Estados Unidos (35), excepto la radio, que es usada más por los últimos. Los costarricenses mostraron un mayor uso de los periódicos y en segundo lugar de uso colocaron las revistas, mientras que entre los norteamericanos el segundo medio fue, para esa época, 1960, la televisión. Al igual que la muestra de Costa Rica, el orden de exposición para el resto de los medios fue el siguiente: libros, radio, televisión y películas.

La gente de los estratos bajos en Costa Rica usaba en primer lugar los periódicos, lo mismo que el grupo de alto status, pero un segundo muy cercano fue la radio — 87% contra 81% respectivamente — sus otras menciones fueron, en el siguiente orden: libros, revistas y televisión. Es bueno anotar que la radio es más importante para la población de "bajo" status socioeconómico que para los grupos de "alto" status. Para los primeros, el promedio de horas semanales gastadas con la radio, durante una semana normal, es de 18.8, mientras que para los últimos es de 6.8 horas. Este "patrón" aparece en otros estudios de las "audiencias" latinoamericanas, excepto en Chile, como veremos más adelante. Por último, un índice combinado de los medios impresos mostró que existen grandes diferencias entre ambos estratos sociales: mientras que 68% del grupo de "alto" status usó "mucho" los medios impresos, sólo 26% del estrato "bajo" usó tales medios en ese grado de intensidad. Aquí, de nuevo, debemos aclarar que pensamos que la educación es una variable concomitante.

Más evidencias de las diferencias del uso de los medios de comunicación social entre los diversos estratos socio-económicos fueron presentadas por Carter y Sepúlveda, quienes estudiaron una muestra de Santiago, la Capital de Chile (36).

Ambos hallaron que 95% de la gente "en un nivel superior al status socio-económico medio" oía la radio corrientemente y 94% de ellos leían los periódicos. El orden del resto de los medios para los santiagueños fue el siguiente: películas, televisión, revistas y libros. El grupo "por debajo del status socioeconómico medio" también apareció usando más la radio, pero los periódicos, aunque quedaron en segundo lugar, se situaron más lejos que con el grupo anterior. En otras palabras, la radio le sacó una mayor ventaja a la prensa.

Los hallazgos de Carter y Sepúlveda con respecto a la mayor preferencia de la gente de los estratos altos por la radio son lo contrario de lo que, reportan varios otros estudios en América Latina. McNelly y Deutschmann en San José, McLeod et al. en Quito, y la Agencia Informativa de Estados Unidos (U.S.I.A.) en estudios hechos en diversas partes de la región, encontraron que la prensa es generalmente el medio más usado por la gente de "alto" status socioeconómico, mientras que la radio lo es para los grupos de los "bajos" estratos (37). Y este último es un hallazgo común en los estudios del uso de los medios de comunicación en los Estados Unidos (38).

En Francia y Egipto la gente de los estratos medios y altos usan más los periódicos que otros medios y los hombres generalmente dedican más tiempo con los medios de comunicación de masas que las mujeres, de acuerdo con estudio realizado por Larimor y Dunn (39).

Por su parte, Mishra informa que el uso de los medios de masas está relacionado con la educación, pertenencia a grupos y movilidad geográfica, en Nueva Delhi (40). Los indios que viven en las barriadas pobres prefieren la radio, y en segundo lugar los periódicos, aparte de la educación que puedan tener. Asimismo, los hombres usan más los medios que las mujeres. En general, los habitantes de las barriadas pobres confían más en la radio que en los periódicos para las noticias.

También en los Estados Unidos los pobres prefieren un medio electrónico, aunque en este caso es la televisión, que es el más usado. Las capas menos privilegiadas estadounidenses dedican diariamente más horas a la televisión que el promedio general de la población (41).

Mcnelly y Fonseca, por otra parte, entrevistaron a 280 estudiantes de la Universidad de Costa Rica, y en su informe dicen que los estudiantes usaban más la prensa que los demás medios (42). Mientras que 97% de ellos leyeron los periódicos, 74% oyeron la radio, 39% usaron los libros, 37% las revistas, 29% vieron la televisión y 15% fueron a las películas (todas las medidas se refieren al uso de los medios "ayer"). Otro hallazgo interesante es que los estudiantes pertenecientes a los estratos sociales "altos" usan los medios en mayor proporción que los de "bajo" status.

En una comparación intercultural, los dos autores nos muestran que los estudiantes costarricenses usaban la prensa más que los jefes de familias de "alto" status de la misma ciudad de San José; más también que los profesionales y técnicos entrevistados por Deutschmann etc. al., mencionados anteriormente; y más que los adultos de 4 ciudades norteamericanas.

En cuanto a la radio, los estudiantes casi igualaron a los profesionales y técnicos latinoamericanos, pero sobrepasaron a las otras dos muestras. Sin embargo, ellos usaron menos la televisión que los otros grupos mencionados. El uso de este medio fue considerablemente diferente entre los estudiantes de "alto" status y los de "bajo" status, debido quizás al hecho de que un receptor de televisión es bastante costoso en esa nación.

La lectura de revistas entre los estudiantes fue casi la misma que en las ciudades estadounidenses, pero demostró, ser menor que la de las otras dos muestras de América Latina. Sorprendentemente, los estudiantes costarricenses usaban más los libros que los adultos norteamericanos, pero menos que los jefes de familia de "alto" status y que los profesionales y técnicos latinoamericanos. En donde no hubo marcada diferencia fue en la asistencia al cine.

En otro estudio realizado por Vincent Farace en Puerto Rico, se muestra la relación entre la educación, la exposición a los medios de comunicación social o de masas y el ingreso (43).

La muestra consistió en 387 comunicadores urbanos, 91 gerentes de firmas distribuidoras de alimentos y 172 granjeros, de San Juan, la capital, y Mayagüez. Farace encontró que para los periódicos, la "audiencia" tiende a ser más joven, más educada y con mayores ingresos

familiares que para los demás medios, en tanto que la audiencia de la radio tiende a ser gente más vieja, menos educada y con menores ingresos.

Debemos agregar también los estudios realizados por la Agencia de Información de los Estados Unidos (U.S.I.A.) en siete países latinoamericanos (44). La mencionada agencia encontró que la gente con más educación y más alto status usan y confían más en los medios periodísticos que en cualquier otro medio de comunicación, mientras que los de menor status y menos educación prefieren la radio. La televisión tiende a ser más usada por la gente de más recursos económicos y da más educación, al menos en la época en que fue realizado el survey, aunque es probable que en algunos países tal situación haya variado.

La explicación para lo primero sería lo que ya afirmáramos antes, ello es, que los receptores de televisión son costosos y en muchos casos sólo pueden ser adquiridos por gente de ciertos recursos económicos.

En todos los países encuestados por la USIA los habitantes de ciudades se expusieron más a los medios de masas que los campesinos. En Uruguay, Perú y Venezuela la gente de mayores ingresos usa más los medios. Por último una generalización posible de hacer después de revisar tales estudios es que los latinoamericanos prefieren los periódicos y la radio por encima de los demás medios, lo cual es apoyado por otro estudio de la Agencia de Información norteamericana en Argentina (45).

Finalmente, con respecto al "efecto centrípeto" mencionado en los estudios rurales, algunos de los datos de América Latina son contrarios a ese patrón de correlaciones entre el uso de los diferentes medios.

Carter y Sepúlveda informaron que en Santiago la exposición a un medio tendía a estar correlacionada con la exposición a otros medios, pero sus datos no mostraron ningún patrón acumulativo del tipo Guttman reportado por Deutschmann y Rogers en sus estudios en las comunidades rurales de Colombia. En otro estudio urbano en Quito, Mcleod et. al. tampoco encontraron ningún patrón generalizado de la exposición a los medios (46). Otro estudio urbano en el que el uso de un

medio no necesariamente implicó el uso de los otros fue el de McNelly y Molina en Lima, Perú, en una investigación de una muestra de probabilidad de 632 jefes varones de vivienda.

Utilizando unas medidas más completas de la exposición a los medios que las que comúnmente se usan en las investigaciones de este tipo, ellos hicieron un análisis factorial y encontraron cinco factores de la exposición a los medios. Uno se compuso de la medida de los periódicos (uso "ayer", tiempo con periódicos, y número de periódicos): otro factor consistió en el uso de las revistas y libros y las medidas de exposición a la radio, televisión y cine formaron los otros tres factores (47).

En un análisis posterior de los datos de Lima que están llevando a cabo los autores del presente artículo, han notado que hay alguna relación ($r=.34$) entre el índice de exposición a los periódicos y el índice de exposición a las revistas y libros construidos en base a los factores, pero los índices de la exposición a los medios electrónicos tienen poca relación entre sí o con los medios impresos.

Esta tendencia hacia un "clustering" del uso de los medios impresos — mientras los medios electrónicos se mantienen independientes — está de acuerdo con los hallazgos de un estudio substancial, en los Estados Unidos.

Analizando los datos de una muestra nacional de ese país, Greenberg y Kumata encontraron que generalmente la exposición a cualquier medio de comunicación fue independiente de la exposición al otro, con excepción de los medios impresos en los cuales el número de periódicos y el número de revistas leídas mostraron una correlación de .37 (similar a la correlación entre periódicos y revistas — libros en Lima) (48).

CONCLUSIONES

En la mayoría de los estudios acerca de las "audiencias" o receptores de mensajes latinoamericanos se encontró que las variables educación y alfabetismo son buenos predictores de la exposición a los medios de comunicación de masas. Los alfabetas y aquéllos que han recibido alguna educación formal en las áreas rurales, y los más educados entre los habitantes de las ciudades, son los mayores usuarios de los medios de comunicación. Sin embargo, hay evidencias de que los analfabetas se exponen a los mensajes acarreados por los medios, principalmente por los electrónicos.

Los alfabetas y más educados usan más los medios impresos que los analfabetas. Además, los más educados — con educación secundaria completa y con estudios universitarios— son más inclinados a usar la prensa antes que otros medios. No obstante, los analfabetos se exponen hasta cierto punto a los materiales impresos a través de la ayuda de parientes y amigos que saben leer, cuando el material les es suficientemente atractivo e interesante.

El abismo entre las áreas rurales y las grandes ciudades es evidente cuando se ve que los ciudadanos usan en un grado mucho mayor los medios de comunicación de masas que los campesinos. Esto está relacionado principalmente con dos hechos: a) en las grandes ciudades ha habido una concentración muy pronunciada de medios comunicativos mientras que en el campo lo que ha habido en muchos casos es escasez; b) en el campo es donde más abunda el analfabetismo y, por consiguiente, la falta de formación escolar. Se debe recordar que la alfabetización es una condición contribuyente —y muy poderosa— para la exposición a la comunicación de masas.

El status socioeconómico, medido con índices de ingresos, ocupación, tamaño de las granjas, área de residencia y posiciones, fue también un buen predictor de la exposición a los medios. En las zonas rurales lo mismo que en las ciudades, la gente de los más altos estratos sociales usan en general más los medios de comunicación social que los individuos de bajo status. Además, los primeros prefieren la prensa, mientras que los segundos optan por la radio, la cual demostró el mayor poder de penetración en América Latina. Los estratos sociales altos usan más la televisión que los bajos y esto se explica por los

altos precios de los receptores de T. V., aunque en algunas capitales esa situación parece haber cambiado. Hay evidencias de que las élites profesionales, técnicas y económicas usan los medios de comunicación de masas con la misma intensidad que los habitantes de países desarrollados.

El tamaño de las familias se encontró que está relacionado positivamente con la exposición a los medios. Esto es, las personas con hijos tienden a usar más los medios que las personas sin descendientes. Este "patrón" fue igualmente encontrado en los Estados Unidos. Una interpretación podría ser la de que las familias con hijos tienden a ser más sedentarias y a permanecer mayor tiempo en el hogar, usando los medios de comunicación colectiva como contacto con el mundo exterior y como medio de entretenimiento.

Los estudios sobre las comunidades rurales hallaron que la edad se relaciona negativamente con el uso de los medios, aunque tal fenómeno parece estar ligado a la educación, ya que los más viejos han tenido menos oportunidades de ir a la escuela que los jóvenes. Otra explicación podría ser que los viejos son más tradicionalistas y menos propensos a las innovaciones, aunque tal característica también puede estar determinada por la falta de educación.

Los datos de los estudios hechos en las ciudades de América Latina no confirman el "efecto centrípeto" reportado en las comunidades rurales de Colombia. Por el contrario, la exposición a los medios electrónicos parece ser un tipo de conducta independiente (con la radio relacionada negativamente con el estado socioeconómico en la mayoría de los casos), aunque hay alguna relación entre el uso de un medio impreso y los otros medios impresos.

En los años futuros, con más penetración de todos los medios de comunicación en las áreas rurales de la región, podemos esperar aún menos "efecto centrípeto" en el uso de los medios. Cada persona tendrá la oportunidad de escoger sus medios favoritos e ignorar los otros si quiere.

SUGESTIONES PARA EL FUTURO

Los resultados de los estudios revisados nos sugieren la necesidad de hacer más investigaciones acerca de los factores que hacen

que un medio en particular sea escogido sobre otro. En este sentido, es interesante averiguar qué clase de mensaje busca la gente en los medios de comunicación. También es necesario realizar más investigaciones para saber si el sexo es una variable interventora en la exposición a las comunicaciones de masas. Nosotros creemos que la estructura socioeconómica de los países subdesarrollados y las tradiciones le asignan a la mujer un rol secundario en la vida social y este hecho puede afectar su conducta con respecto a los medios de comunicación colectiva.

Otra área que debería ser explorada es la influencia del ambiente socioeconómico en la escogencia de "medios instrumentales" sobre "medios escapistas" o "consumatorios".

Es indispensable señalar que la investigación de los hábitos, las preferencias y los deseos de la gente con respecto a los medios de comunicación colectiva será de importancia creciente en los próximos años, los cuales serán de grandes adelantos tecnológicos en la comunicación. Con una mayor difusión de la radio y la televisión—para no mencionar el videotape, videocasette, audiocasette, grabadores, microfilms y otros medios de esparcir la información, la educación y el entretenimiento— el problema más que nunca será de preguntarse no solamente ¿qué están haciendo los medios de comunicación colectiva a la gente?, sino también ¿qué está haciendo la gente con los medios?

Así pues, cualquier persona, organización o gobierno que quiera promover el uso de un medio en particular, o informar, educar o persuadir por los medios existentes, tendrá que saber más sobre las audiencias actuales y las potenciales. Los países de América Latina pueden ser de mucha importancia para este tipo de investigación porque en ellos encontramos un rango de conductas extraordinariamente amplio con respecto a la exposición a los medios de comunicación colectiva, el cual va desde las familias privilegiadas de las ciudades grandes, con acceso a todos los medios de comunicación impresos y electrónicos, hasta las familias campesinas que escasamente entran en la audiencia de los medios de comunicación colectiva.

NOTAS

1. Para una revisión de tales factores, véase: Juan Díaz Bordenave, **Sociological and Psychological Factors Related to the Search for Instrumental Information Among Farmers of the Brazilian Northeast** (mimeo), trabajo presentado al primer Simposium Interamericano de Investigación sobre el papel de las Comunicaciones en el Desarrollo Agrícola, Ciudad de México, 5 al 13 de Octubre de 1964.
2. Véanse, Everett M. Rogers, **Modernization Among Peasants: The Impact of Communication** (New York, Holt, Rinehart and Winston, 1969), pp. 1—19; Rogers, "Mass Media Exposure and Modernization Among Colombian Peasants", **Public Opinion Quarterly**, Vol. 29 (Winter, 1965—66), pp. 614—25; y John T. McNelly, "Mass Communication in the Development Process", en He iz-Dietrich Fischer y John C. Merrill (eds.), **International Communication** (New York, Hasting House, Publishers, 1970), pp. 164-65.
3. José A. Silva Michelena, **Crisis de la Democracia** (Caracas, Centro Nacional de Estudios del Desarrollo, Universidad Central de Venezuela, 1970), p. 175.
4. Paul J. Deutschmann and Orlando Fals Borda, **La Comunicación de las Ideas entre los Campesinos Colombianos** (Bogotá: Monografías Sociológicas, Facultad de Sociología, Universidad Nacional de Colombia, 1962). Véase también Deutschmann, "The Mass Media in an Underdeveloped Village", **Journalism Quarterly**, Vol. 40 (1963), pp. 27-35.
5. Los hallazgos a los cuales nos referimos fueron obtenidos por los siguientes autores: Rogers, **Op. cit.**, p. 617; Marion R. Brown, "Communication and Agricultural Development: a Field Experiment", **Journalism Quarterly**, Vol. 47, No. 4 (Winter, 1970), pp. 725-34.
6. Deutschmann, **op.cit.**, p. 31.
7. Gordon C. Whiting y J. David Stanfield, "Instrumental Media Selection as a Function of Opportunity Structure in Rural Brazil", **Public Opinion Quarterly**, Vol. XXXV, N° 1 (Spring, 1972), pp. 56—68.

8. Deutschmann, *op. cit.*, p. 32.
9. Véase Rogers (1969), *op. cit.*, y Rogers (1966), *op. cit.*
10. Daniel Lerner, **The Passing of Traditional Society** (New York, The Free Press, 1964), pp. 43—75.
11. Rogers, *op. cit.*, p.105.
12. *Ibid.*, pp. 105-106.
13. *Ibid.*, p. 107.
14. *Ibid.*, p. 120.
15. Citado en Rogers (1969), *op. cit.*, p.102.
16. Deutschmann, *op. cit.*, p.29.
17. Rogers (1969), *op. cit.*, p. 117.
18. *Ibid.*
19. Gregorio Martínez Valdez., **Comprehension of Pictorial Messages on Corn Production by Literate, Semi-Literate, and Illiterate Farmers In Central Veracruz, México** (un-published PhD. Thesis). School of Agricultural Journalism, Universidad de Wisconsin (Madison, 1970).
20. Brown, *op. cit.*
21. Daniel Lerner, "Enlightment and Communication", Hollis W. Peter (ed), **Comparative Theory of Social Change** (Ann Arbor, 1966), pp. 236-7.
22. Whiting y Stanfield, *op. cit.*
23. Daniel Lerner, *op. cit.*, pp.43-75; También Lerner, "Comunication Systems and Social Systems", en Wilbur Schramm (ed), **Mass Communications** (Urbana, University of Illinois Press, 1960, pp. 131-40) y Lerner. "Hacia una Teoría de Modernización de las Comunicacio-

nes. Un Conjunto de Consideraciones”, en Lucian W. Pye (ed.), **Evolución Política y Comunicación de Masas** (Buenos Aires, Editorial Troquel, 1969), pp. 391-418.

24. John T. McNelly, “Mass Communication and the Climate for Modernization in Latin América”, **Journal of Interamerican Studies**, Vol. 8, Nº 3 (1966), pp. 345—57.
25. Roy E. Carter Jr. y Orlando Sepúlveda, “Some Patterns of Mass Media Use in Santiago de Chile”, **Journalism Quarterly**, Vol. 41, 1964, pp. 216—24.
26. Paul J. Deutschmann, Huber Ellingsworth y John T. McNelly, **Communication and Social Change: Introducing New Technology** (New York, Praeger, 1968), pp. 49—50.
27. John T. McNelly y Paul J. Deutschmann, “Medio Use and Socio-economic Status in a Latin American Capital”, **Gazette**, Vol. IX (1963), pp. 1—15.
28. McNelly, *op. cit.*, p. 349.
29. *op. cit.*
30. En este tipo de encuesta se pregunta lo siguiente: “¿Leyó usted ayer algún periódico?” lo mismo se hace para los demás medios.
31. Debemos recordar que este es un cálculo hecho sobre el uso de los medios de comunicación “ayer”. Encuestas basadas en el uso diario normal de los mismos podrían arrojar resultados diferentes.
32. Harold T. Edwards, “Exposure to Mass Media By Comunity Influentials in San José, Costa Rica”. A Comparative Study”, **Gazette**. Vol. 13 (1967), pp. 379—84.
33. McNelly y Deutschmann, *op.cit.*,p.4.
34. *Ibid.*
35. La muestra estuvo integrada por 511 hombres y mujeres *Ibid.*,p5.

36. *Op. cit.*
37. McNelly y Deutschmann, *op. cit.* Jack M. Mcleod, Ramona R. Rush and Karl H. Friederich, "The Mass media and Political Information in Quito, Ecuador," **Public Opinion Quarterly**, Vol. 32 (Winter 1968-1969), pp. 575-587; United States Information Agency, **The General Patterns of Exposure to Mass Media in Seven Latin American Countries** (November 1961).
38. Merrill Samuelson, Richard F. Carter and Lee Ruggels, "Education, Available Time, and Use of Mass Media," **Journalism Quarterly**, Vol. 40 (Autumm 1963), p.491.
39. E. S. Larimor y S. W. Dunn, "Use of the Mass Media in France and Egypt", **Public Opinion Quarterly**, Vol. XXXII, (1968), pp. 680-87.
40. Véase, Vishwa M. Mishra, "Mass Media Use Patterns in the Indian Slums: A Study of Four Basties in Greater Delhi", **Gazette**, Vol. XVI, Nº 1 (1970), pp. 27-38. También en Mishra, "Mass Media Use and Modernization in Grearter Delhi Basties", **Journalism Quarterly**, 1970, Vol. 47, Nº 2, pp. 331—339; y Robert E. Simmons, Kurt Kent y V. Mishra, "Media and Developmental News in Slums of Ecuador and India", **Journalism Quartely**, Vol. 45.
41. Bradly Greenberg y Brenda Dervin, "Mass Communication among the Poor", **Public Opinion Quarterly**, (Summer, 1970); Vol. XXXIV. Nº 2, pp. 224-35.
42. John T. McNelly y Eugenio Fonseca, "Media Use and Political Interest at the University of Costa Rica", **Journalism Quarterly**, Vol. 41 (1964), pp.225—31.
43. R. Vincent Farace, "Local News Channel Preferences in Puerto Rico", **Journalism Quarterly**, Vol. 45 (1968) pp. 692-7.
44. *Op. cit.*
45. USIA, **Comparative Media Use in Provincial Cities of Argentina** (mimeo), Report R --12—67, (agosto, 1967).
46. *op. cit.*

47. John T. McNelly Y Julio Molina R., "Communication, Stratification and International Affairs Information in a Developing Urban Society", **Journalism Quarterly**, Vol. 49 (1972), p. 319.
48. Bradley S. Greenberg and Hideya Kumata, "National Sample Predictors of Mass Media Use", **Journalism Quarterly**, Vol. 45 (1968) pp. 643—46.